



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y

ECONÓMICAS

CARRERA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA

PLAN DE TRABAJO DE GRADO

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PRENDAS DE VESTIR EN LA LÍNEA DE TRAJES DE CALLE PARA DAMAS Y CABALLEROS EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA.”

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERIA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA.

AUTORAS:

CORAL CUATIN JESSICA VALERIA

MALDONADO ALEXANDRA

DIRECTOR

Dr. Marcelo Vallejos

Ibarra, Mayo 2016

RESUMEN EJECUTIVO

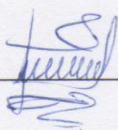
La presente investigación tiene como finalidad determinar la factibilidad de la creación de una empresa productora y comercializadora de ropa en tallas grandes además de contribuir a la industria textil en cuanto a la ampliación de sus productos. Se ha llevado a cabo el análisis de los diferentes aspectos que intervienen en esta investigación, para conocer la situación actual del sector y tener una visión clara de la actividad micro empresarial al que va enfocado la ejecución del proyecto. Mediante la investigación se pretende generar ideas innovadoras y creativas, donde se destaquen los gustos, preferencias y exigencias de los segmentos poblacionales, contribuyendo al mejoramiento de los procesos industriales y productivos de la ciudad además de la gestión administrativa, el manejo financiero, el diseño de nuevos productos que cumplan con las exigencias de nuestros clientes potenciales. En la actualidad en la ciudad de Ibarra no existe un lugar que pueda proveer este tipo de prendas, convirtiéndose en un problema para la sociedad, es decir, para personas que tengan prevalencia de sobre peso u obesidad o sencillamente que por sus rasgos físicos o altura no tienen la facilidad para encontrar prendas acorde a su medida. El mercado al cual se pretende llegar está constituido por la población con prevalencia de sobrepeso u obesidad de la ciudad de Ibarra, comprendida entre la edad de 15 a 65 años. Una vez realizada la investigación se puede concluir que es un proyecto atractivo y viable debido a la gran aceptación de los potenciales clientes.

SUMMARY

This research aims to determine the feasibility of the creation of a producer and marketer of clothing in large sizes as well as contribute to the textile industry in terms of the expansion of its products. The analysis of the different aspects involved in this research, to know the current situation of the sector and have a clear view of activity micro business that is focusing the execution of the project is carried out. The research is intended to generate ideas, innovative and create, based on its tastes, preferences and demands of the population segments, contributing to the improvement of industrial and productive processes of the city as well as administrative management, financial management, the design of new products that meet the needs of our potential customers. Today in the city of Ibarra there is a place that can provide this kind of garment, becoming a problem for society, i.e., for people who have prevalence above weight or obesity or simply by their physical features or height have the ease to find items according to their needs. The market which is to reach consists of the population prevalence of overweight or obesity in the city of Ibarra, ranging between the ages of 15 to 65 years. After research it can be concluded that it is an attractive and viable project due to the great acceptance of the potential customers.

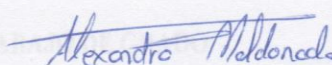
AUTORÍA

Yo **Jessica Valeria Coral Cuatin**, portadora de cédula de ciudadanía Nro. 040178102-6 y **Alexandra Patricia Maldonado Ibadango**, portadora de la cédula de ciudadanía Nro. 100404454-9 declaramos bajo juramento ser autoras del presente trabajo de investigación: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PRENDAS DE VESTIR EN LA LÍNEA DE TRAJES DE CALLE EN TALLAS GRANDES PARA DAMAS Y CABALLEROS, EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**, el mismo que no ha sido presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y se han respetado las diferentes fuentes bibliográficas que incluye el documento.



Srta. Jessica Valeria Coral Cuatin

C.C. 040178102-6




Srta. Alexandra Patricia Maldonado Ibadango

C.C. 100404454-9

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director de trabajo de grado, presentado por las estudiantes Coral Cuatin Jessica Valeria y Maldonado Ibadango Alexandra Patricia, para obtener el Título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría – CPA, cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PRENDAS DE VESTIR EN LA LÍNEA DE TRAJES DE CALLE EN TALLAS GRANDES PARA DAMAS Y CABALLEROS EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**, considero que el trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los 05 días del mes de Noviembre del 2015



DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO

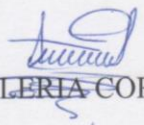
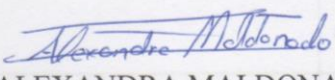
Dr. Marcelo Vallejos

C.I. 100181382-1

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, **JESSICA VALERIA CORAL CUATIN** portadora de cédula de ciudadanía Nro. 040178102-6 y **ALEXANDRA PATRICIA MALDONADO IBADANGO**, portadora de la cédula de ciudadanía Nro. 100404454-9, manifestamos nuestra voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autores del trabajo de grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PRENDAS DE VESTIR EN LA LÍNEA DE TRAJES DE CALLE EN TALLAS GRANDES PARA DAMAS Y CABALLEROS EN LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA”**, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA, CPA en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En nuestra condición de autores nos reservamos los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribimos este documento en el momento que hacemos entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

APELLIDOS Y NOMBRES	Jessica Valeria Coral Cuatin	Alexandra Patricia Maldonado Ibadango
DIRECCIÓN	Mina, Ingenio Espejo y Ricardo Ruales	Atuntaqui, Av. Luis Leoro Franco y Germán Martínez
FIRMA	 VALERIA CORAL C.	 ALEXANDRA MALDONADO I.
E-MAIL	valcoral92@gmail.com	alexita.mald@gmail.com
C.C:	040178102-6	100404454-9
TELÉFONO CELULAR	0985344492	0970804083

Ibarra, al día 24 del mes de Mayo del 2016

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS****BIBLIOTECA UNIVERSITARIA****AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD
TÉCNICA DEL NORTE****1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA**

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS PERSONALES		
CÉDULA DE IDENTIDAD	040178102-6	100404454-9
APELLIDOS Y NOMBRES	Jessica Valeria Coral Cuatin	Alexandra Patricia Maldonado Ibadango
DIRECCIÓN	Mira, Eugenio Espejo y Ricardo Ruales	Atuntaqui, Av. Luis Leoro Franco y Germán Martínez esq.
EMAIL	valecoral92@gmail.com	alexiita.mald@gmail.com
TELÉFONO CELULAR	0985344492	0970804085

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PRENDAS DE VESTIR EN LA LÍNEA DE TRAJES DE CALLE EN TALLAS GRANDES PARA DAMAS Y CABALLEROS, EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”.
AUTOR (ES)	Jessica Valeria Coral Cuatin Alexandra Patricia Maldonado Ibadango
FECHA	2016-05-24
PROGRAMA	PREGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA	Ingenieros en Contabilidad y Auditoría CPA
ASESOR/ DIRECTOR	Ing. Marcelo Vallejos

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, **Jessica Valeria Coral Cuatin** portadora de cédula de ciudadanía Nro. 040178102-6 y **Alexandra Patricia Maldonado Ibadango**, portadora de la cédula de ciudadanía Nro. 100404454-9, en calidad de autores y titulares de los derechos patrimoniales de la obra o

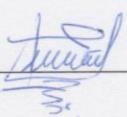
trabajo de grado descrito anteriormente, hacemos entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

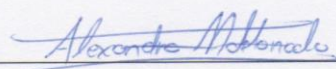
Los autores manifiestan que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y son los titulares de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrán en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, al día 24 del mes de Mayo del 2016

LOS AUTORES:



Jessica Valeria Coral Cuatin
C.C. 040178102-6



Alexandra Patricia Maldonado Ibadango
C.C. 100404454-9

Facultado por resolución del consejo Universitario

DEDICATORIA

Esta investigación está dedicada a mi madre que con su apoyo incondicional supo guiarme por buen camino de igual manera un agradecimiento especial a mis hermanas que contribuyeron a mi formación y gracias a su ejemplo de honestidad y trabajo digno a seguir se convirtió un eje importante en mi formación.

Valeria Coral

DEDICATORIA

A Dios quien supo guiarme por buen camino y darme las fuerzas necesarias para seguir adelante, enseñándome a encarar las adversidades sin desfallecer en el intento.

A mis padres y hermanos quienes estuvieron conmigo en todo momento, y que me han dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi carácter y mi empeño, mi perseverancia para conseguir mis objetivos.

En especial el trabajo está dedicado a mi hermana Verónica Maldonado quien ha sido la persona que desde el principio confió en mí y que con sus consejos supo guiarme para ser una mejor persona.

Alexandra Maldonado

AGRADECIMIENTO

Deseamos expresar nuestro sincero agradecimiento a Dios que estuvo en cada uno de nuestros pasos, guiándonos siempre.

De manera especial agradecemos a todo el personal docente de la universidad que con sus conocimientos y enseñanzas contribuyeron de manera directa a nuestra formación profesional y personal.

A nuestro querido director de tesis Ing. Marcelo Vallejos que gracias a su análisis crítico, dedicación y esfuerzo supo dirigir el desarrollo del presente estudio.

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO	ii
SUMMARY	iii
AUTORÍA.....	iv
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	vii
IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA.....	vii
AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD.....	viii
CONSTANCIAS.....	ix
DEDICATORIA	x
DEDICATORIA	xi
AGRADECIMIENTO	xii
ÍNDICE GENERAL	xiii
ÍNDICE DE TABLAS	xx
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xxiii
PRESENTACIÓN.....	xxiv
JUSTIFICACIÓN.	xxvi
OBJETIVOS DEL PROYECTO.	xxviii
General.	xxviii
Específicos.	xxviii
CAPÍTULO I	30
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.	30
Antecedentes.	30
Objetivos del diagnóstico.....	31
General.....	31
Específicos.	31
Matriz de relación diagnóstica	32
Técnicas e instrumentos.....	33
Información situacional acerca del proyecto u objeto de estudio	33
Área geográfica.....	33

Situación demográfica	35
Datos estadísticos de Prevalencia de sobrepeso y obesidad en la ciudad de Ibarra.....	36
Determinación de aliados, oponentes, oportunidades y riesgos del proyecto.....	40
Aliados	40
Oponentes.	40
Oportunidades.	40
Riesgos.....	41
Cruce Estratégico.	41
Aliados vs. Oportunidades	41
Aliados vs Riesgo	42
Oponentes vs. Oportunidades	42
Oponentes vs. Riesgos	42
Identificación de la oportunidad de la inversión.....	42
CAPÍTULO II	44
MARCO TEÓRICO.....	44
La microempresa.....	44
Clasificación de la microempresa.	44
Requisitos para el funcionamiento de la microempresa.	44
Obligaciones tributarias	45
Industria textil.....	46
Industria textil del Ecuador.....	46
Importancia de la empresa textil.....	46
Confección textil.....	47
Diseño.	47
Corte.....	47
Trazo.	47
Plantillas.....	47
Patrón.	48
Prendas de vestir.	48
Clasificación de las prendas de vestir.	48
Calidad en las prendas de vestir.....	48
Sello de calidad INEN.	48
Etiquetado prendas de vestir RTE INEN 013- NTE 1875.....	49
Mercado.	49
Oferta.	50

Demanda.....	50
Mercado meta.....	50
Segmento de mercado.....	50
Mercadotecnia en la microempresa.....	50
Producto.....	51
Producción.....	51
Estudio técnico.....	51
Tamaño del proyecto.....	51
Localización.....	51
Macro-localización.....	51
Micro- localización.....	52
Operación del proyecto.....	52
Flujogramas.....	52
Capacidad instalada.....	54
Inversión.....	54
Inversión fija.....	54
Estudio financiero.....	54
Ingreso.....	55
Gastos.....	55
Materia prima directa.....	55
Mano de obra directa.....	55
Gastos generales de fabricación.....	56
Costos Indirectos de fabricación.....	56
Estados financieros.....	56
Estado de situación financiera.....	56
Estado de resultado.....	56
Flujo de caja.....	57
Rentabilidad.....	57
Capital.....	57
Capital de trabajo.....	57
Evaluación financiera.....	57
Tasa Interna de Retorno.....	57
Valor Actual Neto.....	58
Punto de equilibrio.....	58
Periodo de recuperación.....	58

Estructura Orgánica Funcional	58
Concepto de la estructura orgánica y funcional.	58
Niveles estructurales y funcionales.....	58
Misión	59
Visión.....	60
Valores	60
Impactos.....	60
CAPÍTULO III.....	61
ESTUDIO DE MERCADO	61
Identificación del producto.	61
Características de las prendas.	61
Mercado Meta.	63
Objetivos del Estudio de mercado.	64
Objetivo general.....	64
Objetivos específicos.	64
Matriz de variables de mercado.	66
Mecánica operativa.	68
Identificación de la población.....	68
Identificación de la muestra.	69
Técnicas e instrumentos.....	70
Información primaria.	71
Información secundaria.....	71
Tabulación de la información.	72
Encuesta	72
Entrevista.	82
Ficha de observación.....	85
Identificación de la muestrade los locales comerciales dedicados a la venta de prendas de vestir.....	85
Tabulación y análisis de la información.	87
Análisis de la oferta.	93
Oferta histórica.....	94
Oferta actual.....	94
Análisis de la demanda	96
Proyección de la demanda.	97
Análisis de precios.	99

Costos de las camisetas	99
Balance oferta demanda.	101
Demanda insatisfecha que será aceptada por la microempresa	101
Estructura y segmentación del mercado.	102
Mercado meta.....	102
Estrategias de mercado	103
Producto	103
Plaza.....	103
Promoción	104
Conclusiones del estudio de mercado.	104
CAPÍTULO IV.....	106
ESTUDIO TÉCNICO	106
Tamaño del proyecto.....	106
Mercado.	106
Disponibilidad de recursos financieros.	107
Localización del proyecto.	107
Macro localización.....	107
Micro localización.	108
Ingeniería del proyecto.	111
Proceso productivo y de comercialización.	112
Obras civiles.....	113
Presupuesto técnico.....	115
Inversiones.	115
Inversión total.	126
Financiamiento.....	127
Talento humano.	127
Operación del proyecto.	128
Flujo gramas.....	128
CAPÍTULO V	133
EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA	133
Inversión inicial.	133
Determinación de los ingresos proyectados.....	133
Determinación de egresos proyectado.	134
Costos de producción.....	134
Gastos administrativos.	138

Gastos de ventas.....	141
Gastos Financieros.	141
Tabla de depreciación.	142
Estado de situación financiera proyectado.....	142
Estado de resultados proyectado.	143
Flujo de caja proyectado.	143
Evaluación financiera.....	144
Costo de oportunidad.	144
Cálculo de VAN.....	145
Cálculo de la TIR.	146
Tiempo de recuperación del dinero.....	147
Índice beneficio costos.....	147
Punto de equilibrio.	148
Conclusión.	149
CAPÍTULO VI.....	150
ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA DE LA MICROEMPRESA	150
Análisis interno de la microempresa.	150
Nombre o razón social.	150
Misión	150
Visión.....	151
Políticas.....	151
Valores	151
Principios	152
Objetivos:.....	152
Aspecto organizativo	153
Organización estructural de la microempresa.....	153
Niveles administrativos.....	153
Identificación de puestos y funciones	155
Base legal.	159
Minuta de constitución.....	159
Escritura pública.	160
Inscripción en el registro.....	160
Registro único del contribuyente (RUC).	160
El permiso municipal (Patente Municipal).	161
Código patronal.....	161

Registro único de proveedores.....	162
Permiso de los bomberos.	162
CAPÍTULO VII	163
IMPACTOS	163
Análisis de impactos.	163
Impacto ambiental.....	164
Impacto social - cultural.....	165
Impacto económico	166
Impacto empresarial.....	167
Resumen general de impactos.....	168
CONCLUSIONES.	169
RECOMENDACIONES.....	171
BIBLIOGRAFÍA	172
LINKOGRAFIAS	175
ANEXOS	176
ANEXO 1.....	177
ANEXO 2.....	180
ANEXO 3.....	187
ANEXO 4.....	189
ANEXO 5.....	193
ANEXO 6.....	196

ÍNDICE DE TABLAS

1.	Matriz de relación diagnóstica	32
2.	Población de la ciudad de Ibarra, según sexo.	35
3.	Población de la ciudad de Ibarra, según el sector.	36
4.	Grupos etarios de edad de la ciudad de Ibarra.	36
5.	Actividades productivas y económicas de la ciudad de Ibarra	39
6.	Estructura de la población económicamente activa (PEA)	39
7.	Prendas y tallas.....	63
8.	Variables de mercado	66
9.	Grupos etarios de edad	68
10.	Población de la ciudad de Ibarra, con prevalencia de sobrepeso u obesidad	69
11.	Frecuencia de compra	72
12.	Comportamiento de la demanda.	73
13.	Productos sustitutos.....	74
14.	Productos sustitutos.....	75
15.	Precios de compra.	76
16.	Producto	77
17.	Preferencia del consumidor.....	78
18.	Nivel de Aceptación del producto.....	79
19.	Edad de las personas encuestadas	80
20.	Genero de los encuestados	81
21.	Venta de prendas de vestir en tallas grandes.....	87
22.	Camisetas que adquieren mensualmente.....	88
23.	Blusas que adquieren mensualmente.	89
24.	Crecimiento anual de las ventas.	90
25.	Género que adquiere con mayor frecuencia prendas de vestir.....	91
26.	Ventas en dólares de los 3 últimos años.....	92
27.	Nómina de algunos lugares que venden prendas en tallas grandes.....	93
28.	Oferta actual	95
29.	Cálculo de la demanda actual.....	96
30.	Cálculos de la demanda actual por producto.....	97
31.	Proyección de la demanda.....	98
32.	Costos de producción de una camiseta básica en talla grande.	99

33.	Costos de producción de una blusa básica en talla grande.....	100
34.	Proyección de precios	100
35.	Balance oferta demanda.	101
36.	Participación en el mercado	101
37.	Tamaño del proyecto.....	107
38.	Método de evaluación cualitativa de la micro localización.	109
39.	Método de evaluación cualitativa de la micro localización de la planta.....	110
40.	Proveedores	112
41.	Descripción maquinaria.	115
42.	Vehículo.....	115
43.	Equipo de cómputo.	116
44.	Equipo de oficina.	116
45.	Muebles y enseres	117
46.	Inversión fija.	117
47.	Materia prima para la confección de blusas.....	118
48.	Materia prima para la confección de camisetas.	118
49.	Mano de Obra Directa.....	119
50.	Herramientas para la confección.....	119
51.	Materiales Indirectos.....	120
52.	Mantenimiento de maquinaria.....	120
53.	Mantenimiento de equipo de computación.	121
54.	Gasto arriendo planta	121
55.	Servicios Básicos	121
56.	Depreciación Maquinaria	122
57.	Resumen costos indirectos de fabricación	122
58.	Sueldos Administrativos.	123
59.	Materiales de oficina.....	123
60.	Gasto arriendo	124
61.	Gasto Ventas.	125
62.	Gastos de constitución e Instalaciones.....	125
63.	Gasto Interés.....	126
64.	Resumen del capital de trabajo.	126
65.	Inversión total.....	127
66.	Inversión total.....	127

67.	Sueldos y salarios.....	128
68.	Resumen de inversiones del proyecto	133
69.	Ingresos.	134
70.	Materia prima directa.	135
71.	Resumen de materia prima.....	136
72.	Materiales indirectos.	136
73.	Datos Históricos del salario mínimo en Ecuador.....	137
74.	Mano de obra.....	137
75.	Costos indirectos de fabricación	138
76.	Resumen de costos de producción.	138
77.	Sueldos administrativos.	139
78.	Suministros de oficina.....	140
79.	Resumen de gastos administrativos.	140
80.	Gasto en ventas.	141
81.	Amortización.....	141
82.	Depreciación.	142
83.	Estado de situación financiera proyectado.....	142
84.	Estado de resultados proyectados.....	143
85.	Flujo de caja proyectado.	144
86.	Costo de oportunidad.	145
87.	Cálculo de VAN.....	145
88.	Cálculo de la TIR	146
89.	Recuperación del dinero.....	147
90.	Punto de equilibrio.	148
91.	Puesto: Gerente –Departamento Financiero.....	155
92.	Puesto: Contador – Departamento Contable	156
93.	Puesto: Producción- Departamento de Producción.....	157
94.	Puesto: Vendedor -Departamento de Comercialización	158
95.	Nómina socios.....	159
96.	Matriz de valoración de impactos.	163
97.	Nivel de impacto ambiental	164
98.	Nivel de impacto social y cultural.....	165
99.	Nivel de impacto económico.....	166
100.	Nivel de impacto empresarial	167

101.	Nivel de impacto General.....	168
------	-------------------------------	-----

ÍNDICE DE GRÁFICOS

1.	San Miguel de Ibarra.....	33
2.	Ubicación geográfica de la provincia de Imbabura y la ciudad.	35
3.	Prevalencia de sobrepeso y obesidad por provincia.....	38
4.	Camisetas hombre.	62
5.	Camisetas mujer.....	63
6.	Frecuencia de compra	72
7.	Comportamiento de la demanda.	73
8.	Productos sustitutos.....	74
9.	Productos sustitutos.....	75
10.	Precios de compra.	76
11.	Producto.	77
12.	Preferencia del consumidor.....	78
13.	Nivel de Aceptación del producto.....	79
14.	Edad de las personas encuestadas	80
15.	Genero de los encuestados	81
16.	Venta de prendas de vestir en tallas grandes.....	87
17.	Camisetas que adquieren mensualmente.....	88
18.	Blusas que adquieren mensualmente.	89
19.	Crecimiento anual de las ventas.....	90
20.	Género que adquiere con mayor frecuencia prendas de vestir.....	91
21.	Ventas de los 3 últimos años.....	92
22.	Macro localización microempresa.	108
23.	Micro localización local comercial	109
24.	Micro localización de la planta.	111
25.	Distribución de la planta	114
26.	Organigrama estructural de “A Tu Medida Moda y Estilo”	153

PRESENTACIÓN

La presente investigación comprende el: “Estudio de factibilidad, para la creación de una microempresa dedicada a la confección y comercialización de prendas de vestir en tallas grandes para damas y caballeros en la ciudad de Ibarra provincia de Imbabura.” A continuación se muestra una síntesis de cada capítulo del informe final de trabajo de grado. El proyecto está estructurado de siete capítulos que son los siguientes: Diagnóstico situacional, marco teórico, estudio de mercado, estudio técnico, estudio económico financiero, estructura administrativa y funcional de la microempresa, y análisis de impactos, los cuales son parte esencial para la elaboración y ejecución del proyecto.

En el primer capítulo se realizó un diagnóstico situacional del cantón Ibarra mediante un análisis de la situación geográfica y demográfica dando a conocer aspectos importantes para el proyecto, como antecedentes, población, actividad socio económica, personas que tienen prevalencia de sobrepeso y obesidad, además se efectuó un análisis AOOR determinando, cuáles son las bondades y problemas que tiene el proyecto.

En el segundo capítulo se estableció las bases teóricas y científicas que se tomarán en cuenta como guías de información para el proyecto, especializadas en el tema de investigación, información base para el desarrollo de lo planteado, el cual se realizó mediante un estudio documental y bibliográfico fundamentado en libros, revistas e internet.

En el tercer capítulo se realizó una investigación de campo mediante la aplicación de encuestas, entrevista y ficha de observación. Se llevó a cabo un análisis cuantitativo y cualitativo en cuanto a la demanda y oferta en consecuencia muestra que el producto es aceptado y que existe una gran demanda insatisfecha y que la implementación de este proyecto es favorable para productores y consumidores.

En el cuarto capítulo se determinó la localización óptima del proyecto, tamaño y distribución de las áreas requeridas por la planta para el buen funcionamiento productivo y comercial, procesos e inversiones, así como también el personal a utilizar para la operatividad.

En el quinto capítulo consta de un análisis financiero, se elaboró el estado de situación inicial, estado de resultados y flujo de efectivo; necesarios para determinar la rentabilidad del proyecto, mediante la utilización de evaluadores financieros como el VAN, TIR, periodo de recuperación, Costo - beneficio y el punto de equilibrio lo que permitió determinar costos, gastos y la inversión que el proyecto requiere para su ejecución y recuperación.

En el sexto capítulo se detalló la estructura administrativa, los aspectos estratégicos, organizacionales y legales del proyecto para el funcionamiento de la microempresa. Se planteó la misión, visión, principios, valores corporativos con el propósito de alcanzar el reconocimiento del producto en el mercado con el slogan, logotipo para lograr los objetivos planteados.

En séptimo y último capítulo se establece y se realiza un análisis de los posibles impactos de acuerdo a los resultados obtenidos en los diferentes estudios realizados en la ejecución del proyecto ya sea en el ámbito económico, socio cultural, empresarial y ambiental.

JUSTIFICACIÓN.

El presente trabajo de investigación expone el tema basado en la producción y comercialización de prendas de vestir en la línea de trajes de calle en tallas grandes para damas y caballeros, es importante que mediante su ejecución permita satisfacer a personas que ya sea por altura, sobrepeso u obesidad o sencillamente por rasgos especiales en su estructura física tienen problemas para encontrar prendas de vestir.

Este tipo de negocios representa un mercado de clientes poco aprovechado por otras empresas, es decir, el proyecto va enfocado a un nicho de mercado que no ha sido atendido al 100% en nuestro país. Con la ejecución de este proyecto se pretende brindar un servicio de confort y seguridad a cada uno de nuestros posibles clientes al momento de vestirse, ofertando variedad de prendas a su requerimiento.

A tu Medida Moda y Estilo será la principal beneficiaria de la ejecución de este proyecto, que espera el beneficio de cientos de personas insatisfechas, que no tienen facilidad de encontrar prendas de vestir acorde a su medida, y que muchas veces vestirse resulta un inconveniente, esto se traduce en cientos de clientes, que podrán adquirir un producto de calidad en nuestras instancias que hace este trabajo cada vez más atractivo.

En la ejecución del proyecto será muy importante la participación de proveedores, clientes, en sí la sociedad ya que al existir una diversificación de la industria existirá aumento en el movimiento comercial y será necesario contratar personal, comprar maquinaria, materia prima los cuales serán beneficiarios en forma indirecta, contribuyendo así al desarrollo del país y la calidad de vida de algunas personas.

La investigación ha generado grandes perspectivas para la organización, al no existir mucha competencia en el país la empresa podría aprovechar al máximo sus recursos humanos,

tecnológicos, entre otros, para producir la cantidad necesaria para satisfacer el mercado local y tener al alcance de todos sus prendas, y así generar un constante crecimiento dentro y fuera de la organización.

Es factible y va orientado a satisfacer los gustos y preferencias de nuestros potenciales clientes, además se podrá encontrar oportunidades de mejora haciendo uso adecuado de los recursos, buscando rentabilidad para la empresa y maximizando los ingresos en la región. En el ámbito social esta actividad ofrece una demanda de mano de obra, que permitirá la generación de nuevos empleos.

OBJETIVOS DEL PROYECTO.

General.

Determinar la factibilidad para la implementación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización en la línea de trajes de calle en tallas grandes para damas y caballeros en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

Específicos.

- Realizar un diagnóstico situacional, para analizar aspectos que afecten o beneficien al proyecto, a fin de determinar la oportunidad de inversión mediante el análisis de aliados, oponentes, oportunidades y riesgos.
- Establecer las bases teóricas y científicas a través de una investigación bibliográfica referente al contenido y estructura que se tomara como guía de información para la ejecución del proyecto fundamentado en libros, revistas e internet.
- Determinar y cuantificar la oferta tanto como la demanda de prendas de vestir en tallas grandes, a través del estudio de mercado, para definir estrategias de una adecuada comercialización en la ciudad de Ibarra.
- Realizar un estudio técnico del proyecto en base a una investigación, para determinar el tamaño de la empresa, su localización, aspectos tecnológicos y demás componentes que permitan establecer el monto que se invertirá.
- Elaborar el estudio económico- financiero, para determinar el nivel de rentabilidad del proyecto, a través del cálculo del TIR, VAN y Punto de Equilibrio.
- Determinar la estructura organizacional de la empresa, mediante el establecimiento de su razón social, filosofía, estructura orgánica y funcional para que la empresa pueda contar con una base sólida.

- Determinar los principales impactos que la aplicación del proyecto ocasionará en el aspecto económico, empresarial, ambiental y socio cultural para sustentar la factibilidad de la creación de la misma.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.

1.1. Antecedentes.

Villa de San Miguel de Ibarra es una ciudad ubicada en la región andina al norte del Ecuador, conocida históricamente como “La Ciudad Blanca” por sus fachadas y por los asentamientos de españoles y portugueses en la villa. También son muy comunes las frases: “Ciudad a la que siempre se vuelve” por su pintoresca campiña, clima veraniego y amabilidad de sus habitantes; “La bohemia del norte” por su gente conservadora, amable y abierta al arte y a la música, y tan creyente de la religión; Y “Cupido del Ecuador” por el enorme significado del amor y el romance para sus habitantes”. Es muy visitada por los turistas nacionales y extranjeros como sitio de descanso, paisajismo, cultura e historia.

Es una ciudad cultural en donde predomina el arte, la escritura, la pintura, el teatro y la historia; además existe una gran producción turística y hotelera ofrecida para toda la zona. Ibarra es la capital de la provincia de Imbabura y es el centro de desarrollo económico, educativo y científico de la zona norte del Ecuador. La ciudad se encuentra edificada a las faldas del volcán que lleva el mismo nombre de la provincia. Fue fundada por el español Cristóbal de Troya, el 28 de septiembre de 1606 por orden de Miguel de Ibarra. Por su ubicación geográfica se la nombró sede administrativa de la región 1 conformada por las provincias de Esmeraldas, Carchi, Sucumbíos e Imbabura. (Guerron, 2012)

1.2. Objetivos del diagnóstico.

1.2.1. General.

- Realizar un diagnóstico situacional, para analizar aspectos que afecten o beneficien al proyecto, a fin de determinar la oportunidad de inversión mediante el análisis de aliados, oponentes, oportunidades y riesgos.

1.2.2. Específicos.

- Determinar el área geográfica de ciudad de Ibarra provincia de Imbabura lugar de la investigación.
- Determinar la situación demográfica de los habitantes de la ciudad, en especial de las personas que adquieren prendas de vestir en tallas grandes.
- Identificar los aspectos socio-económicos del área de influencia del proyecto a ejecutarse.

1.3. Matriz de relación diagnóstica

Tabla 1

Matriz de relación diagnóstica

OBJETIVO	VARIABLES	INDICADORES	FUENTE DE INFORMACIÓN	TÉCNICO	PÚBLICO META
Determinar el área geográfica de investigación en la ciudad de Ibarra provincia de Imbabura.	Área geográfica	Información geográfica	Secundaria	Bibliográficas	G.A.D Municipio de Ibarra
Determinar la situación demográfica de los habitantes de la ciudad, en especial de las personas que adquieren prendas de vestir en tallas grandes.	Situación Demográfica	Datos estadísticos Prevalencia de sobrepeso y obesidad en la población.	Secundaria	Lincongrafía	INEC, Ministerio de Salud Pública.
Identificar los aspectos socio-económicos del área de influencia del proyecto a ejecutarse.	Socio-económicas	Actividades económicas de la ciudad de Ibarra	Secundaria	Lincongrafía Bibliográficas	G.A.D Municipio de Ibarra

Elaborado por: Las Autoras
Año: 2015

1.4. Técnicas e instrumentos.

La recopilación de la información respecto a la producción y comercialización de prendas de vestir en tallas grandes como: XL, XXL y XXXL en la línea de trajes de calle para damas y caballeros, en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, se tomó información bibliográfica y lincongrafía del Gobierno Autónomo Descentralizado del Ilustre Municipio de Ibarra, la página oficial de INEC y de la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición (ENSANUT).

1.5. Información situacional acerca del proyecto u objeto de estudio

1.5.1. Área geográfica

Gráfico 1

San Miguel de Ibarra



Fuente: www.ecuared.cu
Elaborado por: Las autoras
Año: 2015

La capital de la provincia de Imbabura está ubicada a 115 Km. Al noreste de Quito a 125 Km, al sur de la ciudad de Tulcán, con una altitud de 2.225 m.s.n.m. Posee un clima seco

y templado muy agradable, y una temperatura promedio de 18°C. Ibarra está constituida por cinco parroquias urbanas: San Francisco, El Sagrario, Caranquí, Alpachaca y Priorato; y siete parroquias rurales: San Antonio, La Esperanza, Angochagua, Ambuquí, Salinas, La Carolina y Lita.

El cantón Ibarra es la sede administrativa de la región 1, nombrada en el año 2009, conformada por las provincias de Esmeraldas, Carchi, Sucumbíos e Imbabura. Los límites del cantón son: al norte con la provincia del Carchi, al noreste con la provincia de Esmeraldas, al oeste con los cantones Urcuquí, Antonio Ante y Otavalo, al este con el cantón Pimampiro y al sur con la provincia de Pichincha.

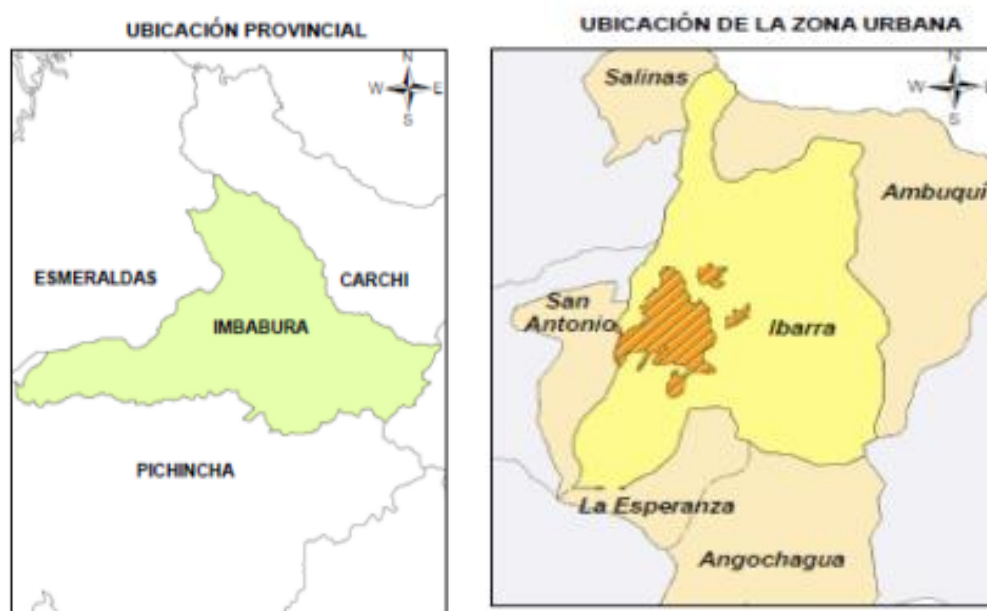
Datos de interés:

- Región: Sierra
- Provincia: Imbabura
- Latitud: 00° 21' N
- Longitud: 078° 07' O"
- Fundación: 28 de Septiembre de 1606

La ciudad de Ibarra cuenta con un agradable clima seco y una temperatura que oscila alrededor de los 18 grados centígrados, es caliente cuando llega a los 35° c y clima frío cuando baja hasta los 4° c.

Gráfico 2

Ubicación geográfica de la provincia de Imbabura y la ciudad.



Fuente: Secretaría Nacional de Planificación, SENPLADES
 Elaborado por: Las autoras
 Año: 2015

1.5.2. Situación demográfica

Según el VII censo nacional de población realizado en el año 2010, la población total del cantón Ibarra alcanza 181.175 habitantes de los cuales 93.389 corresponden a mujeres y 87.786 a hombres, información que fue recabada en el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC).

Tabla 2

Población de la ciudad de Ibarra, según sexo.

IBARRA		
SEXO	Nº	%
Hombres	87.786	48%
Mujeres	93.389	52%
TOTAL	181.175	100%

Fuente: INEC censo de población y vivienda 2010.
 Elaborado por: Las autoras
 Año: 2015

El número de las personas que habitan en el sector urbano es de 131.856 personas que representan un 72,78% y en el sector rural habitan 49.319 personas, representando un 27,22% de la población según datos determinados en el último censo realizado en el año 2010.

Tabla 3

Población de la ciudad de Ibarra, según el sector.

IBARRA		
SECTOR	N°	%
URBANO	131.856	72,78%
RURAL	49.319	27,22%
TOTAL	181.175	100%

Fuente: INEC censo de población y vivienda 2010.

Elaborado por: Las autoras

Año: 2015

La estructura social de la población Ibarreña está conformada mayoritariamente por población joven que representa el 62% de la población, los cuales se muestra a continuación:

Tabla 4

Grupos etarios de edad de la ciudad de Ibarra.

Población	Número	%
De 0 a 14 años	53.747	29,7%
De 15 a 64 años	113.305	62,5%
De 65 años y más	14.123	7,8%
Total	181.175	100%

Fuente: INEC censo de población y vivienda 2010.

Elaborado por: Las autoras

Año: 2015

1.5.3 Datos estadísticos de Prevalencia de sobrepeso y obesidad en la ciudad de Ibarra.

En la provincia de Imbabura el 8,52% sufre de obesidad y sobrepeso, de acuerdo a una encuesta de Salud y Nutrición realizada nivel Nacional en el período 2011-2013 por el Ministerio de salud Pública y el Instituto de Estadística y Censo muestra que el estado nutricional de la población adulta, es decir, las personas comprendidas en la edad de 19 a

menores de 60 años, tienen prevalencia de sobrepeso y obesidad en un 62,8 % lo cual muestra que Imbabura tiene altos índices con respecto a esta problemática en niños y adultos. La prevalencia de sobrepeso y obesidad es 5.5 pp mayor en las mujeres (65,5%) que en los hombres (60%), y el mayor índice se presenta en la cuarta y quinta décadas de vida, con prevalencias superiores a 73%, existe un rápido aumento de sobrepeso y obesidad en coexistencia con elevadas tasas de retardo en tallas.

En la ciudad de Ibarra existe un estudio que muestre un número exacto de personas que tienen prevalencia de sobrepeso y obesidad, se ha tomado como referencia el porcentaje a nivel provincial que corresponde a 8,52% de obesidad y sobrepeso.

Según el censo de población y vivienda 2010 el número total de habitantes de Ibarra asciende a 181.175 personas, de los cuales 15.436 personas sufren de sobrepeso y obesidad lo que refleja que en adultos de 19 a 60 años los problemas de obesidad son del 62,8%; en adolescentes de 12 a 19 años 25,9% y en niños de 5 a 11 años 29,9% y en infantes de 0 a 5 años un 8%.

1.5.4. Aspectos Socio-Económicos

Las principales actividades productivas y económicas son el comercio, las industrias manufactureras y los servicios.

De acuerdo al último censo realizado en el 2010 por el INEC, el 58% de la PEA del cantón se dedica a las actividades relacionadas con la prestación de servicios y el comercio, el 19% desarrollan actividades de transformación, el 11% se dedica a actividades agropecuarias, especialmente en las parroquias rurales.

Tabla 5

Actividades productivas y económicas de la ciudad de Ibarra

Actividad	Pea	Porcentaje
Sector Agropecuario	9367	11,61%
Sector Industrias	15630	19,38%
Sector Servicios	46855	58,02%
Otros	8817	10,93%

Fuente: ET-PDOT-C1 2010

Elaborado por: Las autoras

Año: 2015

Tabla 6

Estructura de la población económicamente activa (PEA)

PARROQUIAS		PEA	PEI	TOTAL
AMBUQUÍ	HOMBRES	1.385	738	2.123
	MUJERES	841	1.382	2.223
ANGOCHAGUA	HOMBRES	723	498	1.221
	MUJERES	438	992	1.430
CAROLINA	HOMBRES	806	337	1.143
	MUJERES	252	773	1.025
IBARRA	HOMBRES	35.910	17.923	53.833
	MUJERES	27.960	31.704	59.664
LA ESPERANZA	HOMBRES	1.892	1.033	2.925
	MUJERES	853	2.046	2.899

LITA	HOMBRES	893	369	1.262
	MUJERES	306	799	1.105
SALINAS	HOMBRES	464	221	685
	MUJERES	250	439	689
SAN ANTONIO	HOMBRES	4.622	2.296	6.918
	MUJERES	2.887	4.333	7.220
TOTAL		80.482	65883	146365

Fuente: INEC censo 2010
Elaborado por: Las autoras
Año: 2015

El cuadro anterior muestra el total de la población económicamente activa, clasificada por sector, sexo y parroquia.

1.6. Determinación de aliados, oponentes, oportunidades y riesgos del proyecto.

1.6.1. Aliados

- Condiciones geográficas y demográficas adecuadas
- Mano de obra disponible para la producción de prendas de vestir.
- Instituciones financieras que otorgan créditos.

1.6.2. Oponentes.

- Elevación de costos de materia prima.
- No poseer infraestructura propia.
- Escasos recursos económicos para ejecutar el proyecto

1.6.3. Oportunidades.

- Alta demanda de prendas de vestir en las tallas XL, XXL, XXXL.
- No existe competencia directa.
- Crecer como microempresa y cubrir nuevos mercados.

- Tecnología adecuada.
- Competencia mínima en el mercado local.

1.6.4. Riesgos

- Aumento de precios en la materia prima necesaria para la confección de prendas de vestir, debido a la implementación de salvaguardias, es decir a las sobretasas impuestas a nivel nacional del 5 %,15%, 25% y 45% de un total de 2800 productos.
- Inestabilidad socio económica en la ciudad y del país debido a la pequeña recesión motivo de que no existe un ingreso fuerte por la venta del barril de petróleo, la apreciación del dólar.
- Devaluación del peso lo que ha conllevado que los potenciales clientes prefieran realizar compras en otros países como Ipiales, Pasto, Medellín, disminuyendo las ventas en el mercado local.

1.7. Cruce Estratégico.

1.7.1. Aliados vs. Oportunidades

Con la mano de obra adecuada y con una excelente tecnología elaborar productos de calidad en el menor tiempo.

Al ofertar productos exclusivos en tallas grandes y existir alta demanda de prendas de vestir la microempresa puede obtener mayor rentabilidad.

Aprovechar el apoyo de instituciones que financian proyectos productivos con intereses bajos para cubrir la fuerte inversión.

1.7.2. Aliados vs Riesgo

Brindar productos de calidad para que los precios del mercado no tengan influencia en nuestros precios.

Uso de materia prima de calidad y un acabado garantizado dará buen prestigio a la empresa.

1.7.3. Oponentes vs. Oportunidades

Actualización y adquisición de nuevas tecnologías para el mejoramiento del servicio y una mayor capacidad de producción.

1.7.4. Oponentes vs. Riesgos

Rentar un local que tenga posibilidades e compra a largo plazo, de igual manera mantener la plaza del negocio.

Implementar estrategias de comercialización y lograr posesionar la imagen de nuestra microempresa.

1.8. Identificación de la oportunidad de la inversión.

En la ciudad de Ibarra provincia de Imbabura, el 8,52% de personas tienen prevalencia de sobre peso y obesidad lo que refleja que 15.436 personas tienen este problema, de acuerdo a una encuesta de Salud y Nutrición realizada a nivel nacional comprendida en los periodos 2011- 2013 por el Ministerio de Salud Pública y el Instituto de Estadística y Censo, en la cual muestra que la mayoría de personas con prevalencia de sobrepeso se encuentran comprendidas en la edad de 19 a 60 años, es decir, existe alta

demanda de prendas de vestir en las tallas XL - XXL – XXXL, lo que se presenta como una oportunidad para la microempresa.

Se ha determinado que existe mano de obra disponible para la producción de prendas de vestir, gracias a información referente a la tasa de desempleo de la ciudad en la cual se evidencia la existencia de personal que se encuentra disponible para realizar este tipo de trabajo, además según investigación de campo en la ciudad se puede encontrar maquinaria adecuada para la confección de prendas de vestir, existiendo varios lugares en los cuales venden maquinaria moderna como Servimaq, lo que permitirá producir un producto de calidad para así cubrir el mercado local, ofertando al cliente variedad de prendas en cuanto modelos, estilos y colores para cumplir con sus altas exigencias.

Por lo mencionado anteriormente se considera necesario realizar el estudio de factibilidad para la creación de la microempresa “A tu Medida Moda y Estilo” dedicada a la producción y comercialización de prendas de vestir en tallas grandes, proyecto que beneficia tanto a productores como consumidores.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

BASES TEÓRICAS Y CIENTÍFICAS.

2.1. La microempresa.

Según (Ranero & Vargas, 2014) dice:” En términos generales, se denomina microempresa a toda empresa de tamaño pequeño. Son negocios que venden sus productos en pequeñas cantidades y no requieren de gran inversión para su funcionamiento”.(pág. 11)

2.1.1. Clasificación de la microempresa.

Según (Ranero & Vargas, 2014) se clasifican en:

- *De supervivencia: no poseen capital operativo ejemplo venta ambulante.*
- *De expansión: generan excedentes que permiten mantener la producción pero no permiten crecimiento (como ocurre con algunas pequeñas empresas familiares).*
- *De transformación: sus excedentes permiten acumular capital (esto suele ocurrir en pequeñas empresas).(pág. 14)*

2.1.2. Requisitos para el funcionamiento de la microempresa.

1. Registro único de contribuyente:

Según (Balseca, 2012):

El registro único de Contribuyente es el documento que identifica e individualiza a los contribuyentes, personas físicas o jurídicas, para fines tributarios. El ruc es el instrumento que permite que el servicio de rentas internas realice el control tributario.

El número de RUC, que es individual e irrepetible, está compuesto por trece dígitos y varía según el tipo contribuyente. Para personas naturales, el número de Ruc es igual a su número de cédula, seguido de la secuencia 001. Para las personas jurídicas, es un número aleatorio dependiendo de la provincia en la cual se encuentren constituidas. Están obligados a inscribirse en el RUC todas las personas naturales o jurídicas que inciden o realicen actividades económicas en el país en forma permanente u ocasional que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deban pagar impuestos.(pág. 41)

3. Patente municipal:

Es el permiso municipal obligatorio para el ejercicio de una actividad económica habitual. La inscripción se debe realizar en la jefatura de Rentas del Municipio, debe cancelar el impuesto de patente anual para la inscripción y de patente mensual para el ejercicio de la actividad.

Para inscribir una microempresa se requiere:

- *Copia de la cédula de identidad.*
- *Informe sobre la dirección de la microempresa.*
- *El plazo es de 30 días, contados a partir del inicio del negocio.*
- *El costo está determinado por la naturaleza, volumen y ubicación del negocio.*
- *La exoneración del pago de la patente tienen exclusivamente los artesanos.*

2.1.3. Obligaciones tributarias

1. *Impuesto a la renta.*

Es el impuesto que se debe cancelar sobre los ingresos y rentas, productos de actividades personales, comerciales, industriales, agrícolas y en general actividades económicas y aún sobre ingreso gratuitos, percibidos durante un año, luego de descontar los costos y gastos incurridos para obtener o conservar dichas rentas.

2. Quién debe pagar el impuesto a la renta.

Deben pagar las personas naturales, las sucesiones indivisas y las sociedades, ecuatorianas extranjeras, residentes o no en el país, que hayan percibido rentas gravadas en el Ecuador.

3. Sobre qué se paga el impuesto.

El impuesto se paga sobre la base imponible, entendiéndose por tal, el monto de las rentas gravadas percibidas en el año menos los costos o gastos denominados deducibles.

Para las personas naturales existe una cantidad desgravada, que es la cantidad fijada por la ley sobre la cual la tarifa del impuesto es de 0%.

2.2 Industria textil.

Según (Lee, 2010), “se refería en un principio al tejido de telas a partir de fibras, pero en la actualidad abarca una amplia gama de procesos, incluye el hilado a partir de fibras sintéticas o naturales y el acabado y la tinción de tejidos”.(pág. 89)

2.2.1. Industria textil del Ecuador.

Según (Cevallos, 2014), dice:

Las industrias ecuatorianas de hilado, tejido y confección son complejas. Además, no se trata de un sector minoritario: las empresas textiles constituyen el tercer sector manufacturero más grande del país. La industria textil del Ecuador aún opera de forma tradicional o dicho de otra manera, funciona verticalmente, puesto que la cadena de producción empieza en la hilatura, continua por la tejeduría y los acabados, y termina en la confección.(pág. 34)

2.2.2. Importancia de la empresa textil.

Según (Aguilar, 2003), dice:

La industria textil es importante, porque nos indica cómo ha evolucionado la industria textil, como pionera de los cambios tecnológicos, que actualmente forma parte fundamental en la

obtención de la competitividad del comercio mundial. En lo referente al panorama de la industria textil a nivel mundial, nos brinda el contexto en el cual se intenta abordar la competitividad de la industria textil mexicana y cuáles han sido los principales países líderes del mercado mundial.(pág. 157)

2.2.3. Confección textil.

Según (Palacios, Corte y Confección, 2010) dice: " Es el arte de unir las piezas de tela previamente cortadas, mediante costuras. Dentro de la confección en serie se tienen máquinas especiales para cada operación".(pág. 2)

2.2.4. Diseño.

Según (Takamura, 2011), dice: "Se llama diseño a los dibujos que se ilustran la forma, material, motivos y colores y demás elementos de la ropa para presentar las ideas relativas a las prendas de una manera fácilmente comprensible".(pág. 69)

2.2.5 Corte.

Según (Palacios, Corte y Confección, 2010) , dice: "Es la separación de una tela en piezas, mediante el uso de tijeras o de cortadora eléctrica, las cuales conforman en su conjunto una prenda de vestir".(pág. 2)

2.2.6. Trazo.

Según (Palacios, Corte y Confección, 2010), dice: "Delinear gráficamente en un papel mediante el uso correcto de las reglas las plantillas de espaldas, frente, mangas, faldas".(pág. 2)

2.2.7. Plantillas.

Según (Palacios, Corte y Confección, 2010) , dice: " Son piezas o trazos base elaborados en cartón, sin pestañas útiles para la transformación y elaboración de patrones".(pág. 2)

2.2.8. Patrón.

Según (Palacios, Corte y Confección, 2010) , dice:” Plantillas transformadas que conforman una prenda de vestir”.(pág. 2)

2.3. Prendas de vestir.

2.3.1. Clasificación de las prendas de vestir.

Según (Viñas, 2013), menciona la siguiente clasificación:

Blusas y camisetitas destinadas a cubrir la parte superior del cuerpo con una apertura o escote con mangas generalmente con cuello, con o sin bolsillo. La abertura del escote está generalmente situada en el delantero, de forma similar a las camisas para hombres, si bien las dos partes de la abertura se cierran o se superponen de derecha a izquierda.(págs. 1-2-3)

2.3.2 Calidad en las prendas de vestir.

Según el (Inen, 2013)manifiesta:

Que, la carta política en vigencia impone al Estado la obligación de reconocer y garantizar a las personas el derecho fundamental a disponer de bienes y servicios, públicos y privados, de óptima calidad, además dispone que la ley establecerá mecanismos de control de calidad y, determinar como objetivo permanente de la economía la participación competitiva y diversificada de la producción ecuatoriana en el mercado internacional.

2.3.3. Sello de calidad INEN.

Según el (Inen, 2013) establece los requisitos que se deben cumplir para la obtención y renovación del Certificado de conformidad con el sello de calidad INEN para un producto:

- *Formato de solicitud para obtención del sello*
- *Listado de productos con convenio para la obtención del certificado de conformidad con sello de calidad INEN*

- *Procedimiento para la certificación con “ Sello de calidad INEN”*
- *Procedimiento para el uso de la marca de conformidad “Sello de calidad INEN”*

2.3.4. Etiquetado prendas de vestir RTE INEN 013- NTE 1875.

Según el (Inen, 2013) manifiesta que el Servicio Ecuatoriano de Normalización INEN, trabaja por usted y su familia y ha desarrollado parámetros claves, en las normas de calidad, las mismas que especifican que se debe conocer para cuidar su prenda de vestir y por ende su economía.

- *El Servicio Ecuatoriano de Normalización recomienda a la ciudadanía al momento de comprar una prenda de vestir verificar los materiales de lo que está hecho cada producto para saber si es lo que el usuario necesita y si no es alérgico algún componente.*
- *Existen etiquetas permanentes y no permanentes, estas deben estar en un sitio visible y de fácil acceso para el consumidor.*

Manejar esta simbología le permitirá conservar por mucho más tiempo sus prendas de vestir, economizándose significativamente algunos valores:

- *La etiqueta debe contener la información en español.*
- *Tallas para las prendas de vestir y dimensiones para la ropa del hogar.*
- *Porcentaje de fibras textiles, es decir la composición de la prenda.*
- *Razón social e identificación del RUC del fabricante o importador.*

2.4. Mercado.

Según (Fisher, 2010) expresa: “El mercado son los consumidores reales y potenciales de un producto o servicio. Es la presencia de uno o varios individuos con necesidades y deseos por satisfacer”. (pág. 84)

2.4.1. Oferta.

Según (Kotler & Armstrong, 2013), dice: “La oferta hace referencia a la cantidad de unidades de un producto que las empresas manufactureras o restadoras de servicio estarían dispuestas a intercambiar a un precio determinado; para una demanda dada habrá una oferta determinada”.(pág. 68)

2.4.2. Demanda.

Según (Kotler & Armstrong, 2013), expresa: “El concepto de la demanda está íntimamente ligado al concepto de necesidad, deseo y poder de compra. Un determinado usuario potencial puede querer o necesitar un bien o un servicio, pero sólo el poder de compra que tenga determinará la demanda de ese bien o servicio”.(pág. 68)

2.4.3 Mercado meta.

Según (Kotler, 2013), expresa: “El mercado meta consiste en un conjunto de compradores que tienen necesidades y/o características comunes a los que la empresa u organización decide servir”.(pág. 40)

2.4.4. Segmento de mercado.

Según (Kotler, 2013), expresa: “La segmentación de mercado como el proceso de subdividir un mercado en subconjuntos distintos de clientes que se comparten de la misma manera o que presentan necesidades similares. Cada subconjunto se puede concebir como un objetivo que se alcanzará con una estrategia distinta de comercialización”.(pág. 61)

2.5. Mercadotecnia en la microempresa.

Según (Vargas, 2013) , expresa:” El marketing es una técnica comercial que consiste en analizar y satisfacer las necesidades de los clientes para poder hacer llegar el producto o servicio a todos sus consumidores cumpliendo sus deseos, además , realza el producto y lo hace más atractivo para incrementar las ventas. El marketing utiliza técnicas de psicologías y de análisis del comportamiento humano”.(pág. 30)

2.5.1. Producto.

Según (Stanton, 2011), dice: “Un producto es un conjunto de atributos que proporcionan satisfacción de necesidades o deseos y que se ofrecen en un mercado”.(pág. 3)

2.5.2 Producción.

Según(Bureau, 2011), dice:” La producción hace referencia a una serie de procesos que dan lugar a un output o producto final, a partir de diversos inputs entradas, en los que se englobarían además de las materias primas, el trabajo, la energía y el capital”.(pág. 332)

2.6. Estudio técnico.

(Baca, 2010), menciona: “El estudio técnico es la reunión y análisis de la información que permita verificar la posibilidad técnica de fabricar el producto, determinar el efecto de las variables del proyecto en su rentabilidad”. (pág. 74)

2.6.1. Tamaño del proyecto

(Baca, 2010), menciona: “El tamaño del proyecto es su capacidad instalada y se expresa en unidades de producción por año. Se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica”.(pág. 75)

2.6.2. Localización.

Según (Araujo Arevalo, 2012) , expresa:” El estudio de localización tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto; es decir, la opción que, cubriendo las exigencias o requerimientos del proyecto, contribuya a minimizar los costos de inversión y los costos y gastos durante el periodo productivo del proyecto”. (pág. 45)

2.6.3. Macro-localización.

Según (Araujo Arevalo, 2012) , menciona:

Que la macro – localización: La selección del área, región o ciudad donde se ubicara el proyecto se conoce como estudio de macro- localización. Para una planta industrial, los factores de estudio de macro – localización que inciden con mayor frecuencia son:(pág. 45)

- *Proximidad del mercado de consumo.*
- *Proximidad al mercado de materias primas.*

De manera secundaria debemos considerar:

- *Disponibilidad de mano de obra y aspectos laborales.*
- *Infraestructura física y de servicios.*

2.6.4. Micro- localización.

Según (Araujo Arevalo, 2012), menciona: “Una vez definida la zona de localización se determina el terreno o predio conveniente para la ubicación definitiva del proyecto. Lo anterior deberá plantearse una vez que el estudio de ingeniería del proyecto se encuentre en una etapa de desarrollo avanzado”.pág. 46)

2.6.5. Operación del proyecto

2.6.5.1 Flujogramas

Según (Manene, 2011), expresa:

Es una representación gráfica que desglosa un proceso en cualquier tipo de actividad a desarrollarse tanto en empresas industriales o de servicios y en sus departamentos, secciones u áreas de su estructura organizativa.(pág. 1)

1. Símbolos:

El flujograma utiliza un conjunto de símbolos para representar las etapas del proceso, las personas o los sectores involucrados, la secuencia de las operaciones y la circulación de los datos y los documentos. Los símbolos más comunes utilizados son los siguientes:

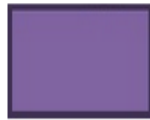
✓ **Límites:**



Este símbolo se usa para identificar el inicio y el fin de un proceso:

✓ **Operación:**

Representa una etapa del proceso. El nombre de la etapa y de quien la ejecuta se



registra al interior del rectángulo:

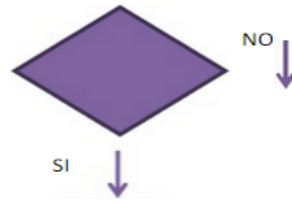
✓ **Documento:**

Simboliza al documento resultante de la operación respectiva. En su interior se anota el nombre que corresponda:



✓ **Decisión:**

Representa al punto del proceso donde se debe tomar una decisión. La preguntase escribe dentro del rombo. Dos flechas que salen del rombo muestran la dirección del proceso, en función de la respuesta real:



2.6.6. Capacidad instalada.

Según (Araujo Arevalo, 2012), expresa que:” En general, el tamaño de un proyecto se puede definir por su capacidad física o real de producción de bienes o servicios durante un periodo de operación, considerado normal para las condiciones y tipos de proyectos”.(pág. 47)

2.6.7. Inversión.

Según (Sabate, 2011) , manifiesta:” La inversiones consisten en un proceso por el cual un sujeto decide vincular recursos financieros líquidos a cambio de expectativas de obtener unos beneficios también líquidos, a lo largo de un plazo de tiempo, denominado vida útil, u horizonte temporal del proyecto”.(pág. 308)

2.6.7.1. Inversión fija.

Según (Santana, 2009), expresa:

En este rubro se deberán cuantificarse los recursos monetarios necesarios para la implementación y puesta en marcha del proyecto, y que constituyen el activo fijo o inversión fija, el activo diferido o inversión diferida, y los recursos necesarios para que se realicen las funciones de producción y ventas, a los que generalmente se llama capital de trabajo.(págs. 264 -271)

2.7. Estudio financiero.

Según (Baca, 2010), expresa que: “Pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación de la planta, así como una serie de indicadores que servirán como base para la parte final y definitiva del proyecto, que es la evaluación económica”.(pág. 139)

2.7.1. Ingreso.

Según (Cantú & Guajardo, 2014) , manifiesta:

Los ingresos representan recursos que recibe el negocio por la venta de un servicio o producto en efectivo o a crédito. Los ingresos aumenta el capital del negocio. Algunos ejemplos de ingresos son las ventas, es decir los ingresos percibidos por la venta de un producto a un cliente y los ingresos por servicios, o sea, los honorarios percibidos a cambio de proporcionar servicios de limpieza, seguridad, hospitalarios, entre otros.(pág. 43)

2.7.2. Gastos.

Según (Cantú & Guajardo, 2014), manifiesta:

Los gastos son activos que se han usado o consumido en el negocio para obtener ingresos y que disminuyen el capital de la empresa. Algunos tipos de ellos son los sueldos y salarios pagados a los empleados, las primas de seguros pagadas para protegerse de ciertos riesgos, la renta del edificio, los servicios públicos como teléfono, luz, agua y gas, las comisiones que se fijan a los empleados por alcanzar su presupuesto de ventas y la publicidad que efectuó la empresa.(pág. 43)

2.7.3. Materia prima directa.

Según (Sarmiento, 2010) , expresa: “Es considerado como elemento básico del costo; es decir el incorporado en el producto, siendo éste en muchos casos el más importante para la transformación en el artículo terminado. Su principal característica, es la de fácil identificación en: cantidad, peso, volumen”.(pág. 60)

2.7.4. Mano de obra directa.

Según (Sarmiento, 2010) , expresa: “ Es la fuerza de trabajo o el trabajo humano incorporado en el producto, es decir el que elaboran los trabajadores en el proceso de producción; sea su trabajo manual o tecnificado en las máquinas que están transformando en productos terminados, además el valor por pago de salarios que pueden fácilmente determinar en dicho producto.(pág. 60)

2.7.5. Gastos generales de fabricación.

Según(Sarmiento, 2010) , expresa: “Es considerado a todos los costos y gastos necesarios que intervienen en la producción, pero que no fueron clasificados en los elementos anteriores, es decir, que no son ni materia prima directa ni mano de obra directa”.(pág. 61)

2.7.6 Costos Indirectos de fabricación.

Según(Narváez, 2013) , manifiesta: “Son aquellos que se requieren para poder producir y están relacionados con la función producción”.(pág. 6)

2.8. Estados financieros.

2.8.1. Estado de situación financiera.

Según (Villegas, 2010), manifiesta:

Presenta la situación financiera general de la organización en un momento dado. Este integra información del flujo de caja y de los estados de resultado incluyendo partidas que están por cobrarse y/o por pagarse. Generalmente se hace un balance general al inicio de un proyecto y luego al final de cada ciclo fiscal.(pág. 20)

2.8.2. Estado de resultado.

Según (Villegas, 2010), manifiesta:

Se consideran como ingresos y egresos todo aquello que se haya causado, aunque no se haya efectivamente recibido o pagado. Este estado compara hechos de la operación: ingresos vs costos y gastos en un período fiscal, generalmente un año gravable, y permite determinar las utilidades gravables los impuestos y las utilidades netas.(pág. 20)

2.8.3. Flujo de caja.

Según(López, 2012), manifiesta: " El flujo de caja es un estado financiero básico que presenta, de una forma dinámica, el movimiento de entrada y salidas de efectivo de una empresa, en un periodo determinado de tiempo y la situación de efectivo al final del mismo período.(pág. 2)

2.8.4. Rentabilidad.

Según (Díaz, 2012), manifiesta:" Rentabilidad es la remuneración que una empresa es capaz de dar a los distintos elementos puestos a su disposición para desarrollar su actividad económica".(pág. 4)

2.8.5. Capital.

Según (Cantú & Guajardo, 2014) , manifiesta: "El capital es la aportación de los dueños conocidos como accionistas, representan las parte de los activos que pertenecen a los dueños del negocio y es la diferencia entre el monto de los activos que posee el negocio y los pasivos que debe."(pág. 42)

2.8.6. Capital de trabajo.

Según(Rodriguez, 2009) , define: "Como los fondos o recursos con que opera una empresa a corto plazo, después de cubrir el importe de las deudas que vencen también en ese corto plazo".(pág. 20)

2.9. Evaluación financiera.

2.9.1. Tasa Interna de Retorno.

Según(Martínez, 2014), manifiesta: "La TIR representa la rentabilidad promedio por período generada por un proyecto de inversión".(pág. 56)

2.9.2. Valor Actual Neto.

Según (Campo, 2015), manifiesta:

El Valor Actual Neto es un método de valoración de inversiones que puede definirse como la diferencia entre el valor actualizado de los cobros y de los pagos generados por una inversión. Proporciona una medida de la rentabilidad del proyecto analizado en valor absoluto, es decir expresa la diferencia entre el valor actualizado de las unidades monetarias cobradas y pagadas.(pág. 45)

2.9.3. Punto de equilibrio.

Según(Ramirez, 2010), manifiesta: “El punto de equilibrio es el volumen de producción y ventas con el cual el ingreso total compensa exactamente los costos totales, que son la suma de los costos fijos y los costos variables”.(pág. 131)

2.9.4. Periodo de recuperación.

Según(Ruiz, 2010), manifiesta: “El periodo de recuperación mide en cuanto tiempo se recuperará el total de la inversión a valor presente, es decir, nos revela la fecha en la cual se cubre la inversión inicial en años, meses y días”.(pág. 12)

2.10. Estructura Orgánica Funcional

2.10.1. Concepto de la estructura orgánica y funcional.

Según (Filion & Mejía Morelos, 2011) , dice:” Es la representación gráfica de las jerarquías en la empresa; debe reflejar las interrelaciones, fusiones y responsabilidades del personal, cuidando la distribución de cargas de trabajo”.(pág. 45)

2.10.2. Niveles estructurales y funcionales.

En la pequeña industria la estructura organizacional cuenta con dos niveles:

- *Nivel Ejecutivo*
- *Nivel Operativo*

El nivel ejecutivo está formado por el gerente que en su mayoría es el propietario de la empresa, en algunos casos es ayudado por su cónyuge o algún familiar cercano y que a la vez realice otras funciones de la misma empresa.

El nivel operativo esencialmente está compuesto por tres departamentos:

- *Producción*
- *Ventas*
- *Caja – Contabilidad*

El área de producción lo constituye el lugar donde se efectúa el proceso productivo.

El área de ventas comprende el local de ventas de mostrador y el almacén bodega.

El área de caja – contabilidad es en donde se cancela, se cobra y se registra las operaciones económicas de la pequeña empresa.

En esta estructura podemos notar que en muchos de los casos el personal hace las funciones de uno o más áreas, tal es el caso del gerente propietario que es también obrero, vendedor y el que registra las operaciones.

2.10.3 Misión

Según (Bosch, 2012)manifiesta: “La misión es la formulación del propósito para el cual existe la empresa. Generalmente es expresada en una sola frase. Tiene un carácter bastante duradero pero pueden ser mejorada o modificada cuando el “concepto” de la empresa u organización así lo requiere”.(págs. 1)

2.10.4. Visión

Según (Bosch, 2012)manifiesta: “La visión, también llamada “visión de futuro”, es una formulación de la situación futura deseable para la organización. La visión puede ser expresada en una o varias frases redactadas de manera atractiva y motivadora”.(págs. 2)

2.10.5. Valores

Según (Bosch, 2012)manifiesta: “Los valores corporativos, empresariales u organizacionales” son las creencias acerca de las conductas consideradas correctas y valiosas por la empresa”.(págs. 3)

2.11. Impactos.

Según (Bello, 2009)dice “El impacto está compuesto por los efectos a mediano y largo plazo que tiene un proyecto o programa para la población objetivo y para el entorno , sean estos efectos o consecuencias deseadas o sean no deseadas”.(pág. 4)

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Identificación del producto.

El crecimiento de prendas de vestir en tallas grandes ha superado proporcionalmente a otros sectores de mercado debido al incremento de los consumidores con estas tallas.

Uno de los cambios fundamentales que ha surgido en la actualidad es la aceptación de las tallas grandes como algo normal y no como una excepción, siendo elementos importantes en la vida diaria. El uso de vestuarios adecuados permite que las personas incrementen su autoestima lo cual conlleva a tener mayor seguridad en su vida.

El proyecto tiene como objetivo ofrecer varias opciones, partiendo de una línea de vestuarios para damas y caballeros en tallas grandes, con varios diseños de moda y calidad, en la actualidad el verse y vestirse bien es de suma importancia, no obstante no sólo deben regirse a las tendencias de la moda sino formar parte de ella.

El proyecto va dirigido a personas que tienen prevalencia de sobrepeso u obesidad o simplemente que por sus características o rasgos físicos no encuentran prendas de vestir acorde a su requerimiento.

3.1.1. Características de las prendas.

Las prendas de vestir en tallas grandes tienen las siguientes características:

Camisetas: Prendas de vestir confeccionadas con mangas cortas, cuellos, bolsillos y botones a lo largo de su parte frontal, además varios diseños, que varían desde la modificación de su cuello ya sea en caja, en v o muchas veces añadiendo bolsillos.

Estas prendas usualmente serán confeccionadas en algodón por lo cual es una prenda fresca muy ligera y cómoda.

Las camisetas pueden ser personalizadas dependiendo el gusto de los clientes

Presentación del Producto

Gráfico 4

Camisetas hombre.



Elaborado por: Las autoras
Año:2015

Se producirá blusas en varios colores y diseños en fibras de algodón, seda, chifón que incluyen mangas, cuello en v o redondo, botones o cierres que hacen lucir a la mujer más atractiva, al igual se pueden incorporar detalles que ayuden a mejorar su diseño.

Gráfico 5
Camisetas mujer



Elaborado por: Las autoras
Año: 2015

“A tu medida Moda y Estilo” se caracterizará por tener amplia gama de modelos, colores y estilos en camisetas y blusas, además se elaborará en diferentes tallas a continuación.

Tabla 7
Prendas y tallas

DETALLE	TALLA	DEFINIDO	DEFINIDO
Camisetas	42	XL	EG
	44	XXL	EEG
	46	XXXL	EEEG
Blusas	42	XL	EG
	44	XXL	EEG
	46	XXXL	EEEG

Elaborado por: Las autoras
Año: 2015

3.2. Mercado Meta.

El mercado meta está constituido por las personas que tienen prevalencia de sobrepeso y obesidad que ya sea por características especiales o rasgos físicos deben usar prendas de vestir en tallas grandes.

En el momento se identificó que el 8,52 % de la ciudad de Ibarra tiene prevalencia de sobrepeso u obesidad según una encuesta realizada por el ministerio de salud y el INEC.

Una vez realizada la investigación se determinó que el segmento de mercado que requiere el producto en tallas grandes elaboradas en diferentes tipos de tela son 9.694 personas con prevalencia de sobrepeso u obesidad comprendidas entre los 15 hasta los 65 años, según encuesta realizada por el Ministerio de Salud Pública y el INEC en el periodo 2011- 2013.

Mediante la realización de la encuesta a nuestra competencia y mediante la ficha de observación a los principales lugares de compra de prendas de vestir en tallas grandes se pudo determinar que en la ciudad de Ibarra existen locales que venden prendas de vestir en tallas grandes la mayoría importadas, como en Spring Boutique, Etafashion y Taty's Boutique.

3.3. Objetivos del Estudio de mercado.

3.3.1. Objetivo general.

- Determinar y cuantificar la oferta tanto como la demanda de prendas de vestir en tallas grandes, a través del estudio de mercado, para definir estrategias de una adecuada comercialización en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

3.3.2. Objetivos específicos.

- Identificar la demanda potencial de los clientes de prendas de vestir de tallas grandes de la ciudad de Ibarra en la provincia de Imbabura.
- Determinar la oferta de la comercialización de prendas de vestir en las tallas XL-XXL-XXXL en el área de influencia del proyecto.

- Analizar los precios y la competencia en el mercado.
- Determinar la forma de comercialización más adecuada así como los lugares apropiados para la venta.

3.4. Matriz de variables de mercado.

Tabla 8

Variables de mercado

MATRIZ DE ESTUDIO DE MERCADO					
OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTE	TÉCNICA	POBLACIÓN INFORMANTE
Identificar la demanda potencial de los clientes de prendas de vestir de tallas grandes de la ciudad de Ibarra en la provincia de Imbabura.	Demanda	Frecuencia de compra	Primaria	Encuesta	Personas con prevalencia de sobrepeso u obesidad.
		Comportamiento de la demanda	Primaria	Encuesta	Personas con prevalencia de sobrepeso u obesidad.
		Preferencia del consumidor al vestirse	Primaria	Ficha de Observación	Principales lugares de compra de prendas de vestir en tallas grandes de la ciudad.
				Encuesta	Personas con prevalencia de sobrepeso u obesidad.
				Encuesta	Personas con prevalencia de sobrepeso u obesidad.
Conocer la oferta de la comercialización de prendas de vestir en las tallas XL-XXL-XXXL en el área de la influencia del proyecto.	Oferta	Productos sustitutos	Primaria	Encuesta	Personas con prevalencia de sobrepeso u obesidad.
		Comportamiento de la oferta	Primaria	Entrevista	Srta. Leidy Verónica Cachiguango Benavides.
				Ficha de observación	Principales lugares de compra de prendas de vestir en tallas grandes de la ciudad.
		Rentabilidad del negocio	Primaria	Entrevista Ficha de observación	Principales lugares de compra de prendas de vestir en tallas grandes de la ciudad.

		Volumen de ventas	Primaria	Encuesta Ficha de observación	Principales lugares de compra de prendas de vestir en tallas grandes de la ciudad.
		Preferencia del consumidor al vestirse	Primaria	Encuesta Ficha de observación	Principales lugares de compra de prendas de vestir en tallas grandes de la ciudad.
		Precios de compra	Primaria	Encuesta Entrevista	Srta. Leidy Verónica Cachiguango Benavides.
Analizar los precios y la competencia en el mercado.	Precio	Precio del producto	Primaria	Entrevista	Srta. Leidy Verónica Cachiguango Benavides.
		Determinantes del precio	Primaria	Entrevista	Srta. Leidy Verónica Cachiguango Benavides.
Determinar la forma de comercialización más adecuada así como los lugares apropiados para la venta.	Estrategias de comercialización	Producto	Primaria	Encuesta, Entrevista Ficha de Observación	Principales lugares de compra de prendas de vestir en tallas grandes de la ciudad.
		Rentabilidad del negocio	Primaria	Entrevista	Srta. Leidy Verónica Cachiguango Benavides.
		Nivel de aceptación	Primaria	Encuesta	Personas con prevalencia de sobrepeso u obesidad.
		Promoción	Primaria	Entrevista	Srta. Leidy Verónica Cachiguango Benavides.

3.5. Mecánica operativa.

3.5.1. Identificación de la población.

Para la realización de esta investigación se tomó en cuenta la información de la población de la ciudad de Ibarra, se obtuvo un porcentaje de las personas con prevalencia de sobrepeso y obesidad, según encuesta realizada en el período 2011-2013 que asciende al 62,8% de la población comprendida en la edad de 19 a 60 años, usan prendas de vestir en tallas grandes, datos que fueron recabados, gracias a una encuesta realizada en el período mencionado anteriormente a nivel nacional, orientándonos hacia nuestro mercado meta el mismo que tienen el poder adquisitivo.

Tabla 9

Grupos etarios de edad

Población	Número	%
De 0 a 14 años	53.747	29,7%
De 15 a 65 años	113.305	62,5%
De 66 años y más	14.123	7,8%
Total	181.175	100%

Fuente: INEC censo 2010
Elaborado por: Las autoras
Año: 2015

En la ciudad de Ibarra no existe un estudio que muestre un número exacto de personas que tienen prevalencia de sobrepeso y obesidad, se ha tomado como referencia el porcentaje a nivel provincial que corresponde a 8,52% de obesidad y sobrepeso. Según el censo de población y vivienda 2010 el número total de habitantes asciende a 181.175 personas, de los cuales el 8,52% ,es decir, 15.436 personas sufren de sobrepeso y obesidad, en adultos de 19 a 60 años los problemas de obesidad son del 62,8%; en adolescentes de 12 a 19 años 25,9% y en niños de 5 a 11 años 29,9% y en infantes de 0 a 5 años un 8%.

Tabla 10***Población de la ciudad de Ibarra, con prevalencia de sobrepeso u obesidad***

Total población Ibarra	Tasa de sobrepeso y obesidad de Ibarra 8,52%	Población con sobrepeso u obesidad de la edad entre 15 a 65 años 62,8%
181.175	15.436	9.694
Total		9.694

Fuente: INEC censo 2010, Ministerio de Salud Pública.

Elaborado por: Las autoras

Año: 2015

3.5.2. Identificación de la muestra.

El muestreo se efectuara a un conjunto de personas que se consideran representativos en la ciudad de Ibarra provincia de Imbabura, con la finalidad de realizar el estudio planteado, dirigiéndonos exclusivamente a nuestro mercado meta.

Se tomó como base el estudio realizado a nivel nacional acerca de la prevalencia de sobrepeso y obesidad, en donde nos muestran que 6 de cada 10 ecuatorianos tiene este problema, se tomó el 62,8% de la población de la ciudad, de las personas comprendidas en la edad de los 15 años hasta los 65 años de edad para identificar la muestra que está conformada por los posibles consumidores, que por ser > a 100 unidades se procederá al cálculo de la muestra mediante la siguiente fórmula:

$$N = \frac{N * Z^2 * \sigma^2}{e^2(N - 1) + Z^2 * \sigma^2}$$

Simbología**n** = Muestra**N**= población**Z²**= nivel de confianza

σ^2 = probabilidad de ocurrencia de un evento

e^2 = error

Datos

n =?

N = 71.156

Z² = 1,96

Q² = 0,25

e^2 = 0,05

Aplicación.

$$n = \frac{(9.694) * (1,96\%)^2 * (0,05)^2}{(0,05)^2 * (9.694 - 1) + (1,96\%)^2 * (0,05\%)}$$

n = 370

Una vez aplicada la fórmula se obtuvo un total de 370 personas que representan el número de encuestas que se aplicó para la recopilación de información primaria de los potenciales clientes de la ciudad de Ibarra.

3.5.3. Técnicas e instrumentos.

En la investigación se aplicarán las técnicas y herramientas como la encuesta, ficha de observación obteniendo como resultado alta demanda de prendas de vestir en tallas grandes, gustos y preferencias de nuestros clientes potenciales, precios de las prendas y por último se identificó nuestros competidores.

3.5.4. Información primaria.

La información primaria se obtuvo mediante encuestas realizadas a la población y a los locales comerciales en la ciudad de Ibarra, la entrevista a un experto en la rama de diseño y confección de prendas de vestir Srta. Leidy Verónica Cachiguango Benavidez. También se aplicó fichas de observación a dos locales comerciales ubicados en la ciudad de Ibarra Etafashion ubicado en la Plaza shopping y panamericana Norte y a Spring boutique ubicada en la Bolívar y Colón, para analizar la cantidad, variedad y calidad de productos que se ofrecen y su capacidad instalada en los mismos.

3.5.5. Información secundaria.

La información y los datos para desarrollar el siguiente trabajo se utilizó información investigada en la página del INEC, Ministerio de Salud Pública, y datos del ilustre municipio de Ibarra.

3.6. Tabulación de la información.

3.6.1. Encuesta

1.- ¿Con qué frecuencia suele comprar prendas de vestir en tallas grandes en la ciudad de Ibarra?

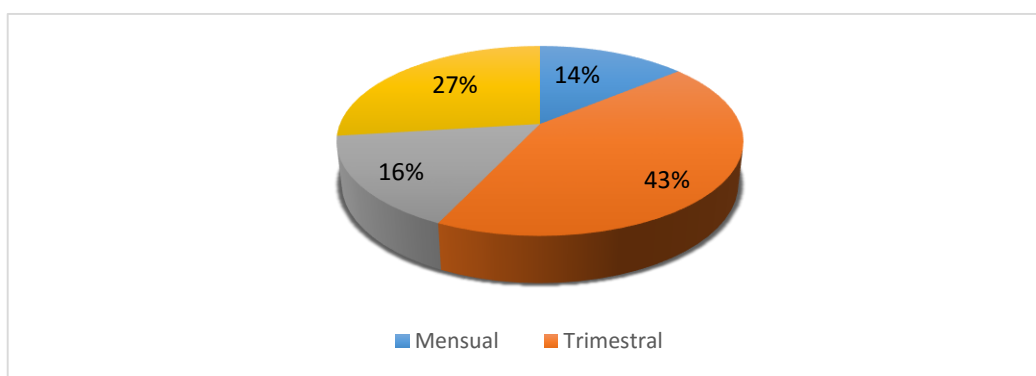
Tabla 11

Frecuencia de compra

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Mensual	52	14%
Trimestral	159	43%
Semestral	59	16%
Anual	100	27%
Total	370	100%

Gráfico 6

Frecuencia de compra



Elaborado por: Las autoras

ANÁLISIS:

La mayoría de personas encuestadas supo manifestar que la frecuencia de compra en prendas de vestir de tallas grandes es de manera trimestral debido que optan por reanudar su closet, un menor porcentaje realizan sus compras de manera anual ya que en la ciudad no existe variedad de prendas en modelos y estilos.

2.- ¿Suele encontrar con facilidad prendas de vestir en las tallas L – XL- XXL- XXXL en la ciudad de Ibarra?

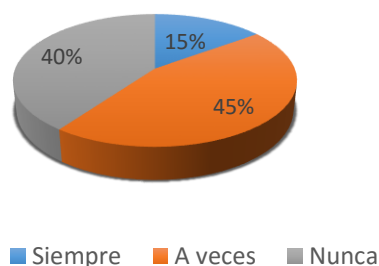
Tabla 12

Comportamiento de la demanda.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	56	15%
A veces	167	45%
Nunca	148	40%
Total	370	100%

Gráfico 7

Comportamiento de la demanda.



Elaborado por: Las autoras

ANÁLISIS:

En el gráfico podemos observar que la mayoría de encuestados tienen dificultad al momento de adquirir ropa a su medida, por otra parte un porcentaje casi similar manifiestan que casi nunca encuentran ropa de su talla debido a la escasez de modelos, debido a que la mayoría de comerciantes tiene en sus locales prendas de vestir en tallas pequeñas, lo que obliga a los consumidores a optar por confeccionar su ropa en tiendas especializadas o muchas veces, viajar a otras ciudades para adquirir sus prendas.

3.- ¿Conoce algún lugar específico donde pueda adquirir prendas de vestir en tallas grandes?

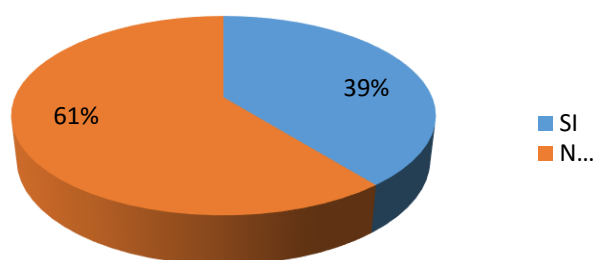
Tabla 13

Productos sustitutos.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	144	39%
No	226	61%
Total	370	100%

Gráfico 8

Productos sustitutos.



Elaborado por: Las autoras.

ANÁLISIS:

En base a los resultados obtenidos se pudo determinar que la mayoría de la población encuestada desconoce de un lugar específico donde pueda adquirir este tipo de prendas, y que un menor porcentaje frecuenta lugares como Taty's boutique ubicado entre las calles Cristóbal Colón y Sánchez y Cifuentes; Etafashion y R&M se encuentra ubicados en Plaza shopping Panamericana Norte; Spring boutique ubicado en las calles Simón Bolívar y Cristóbal Colón y el mercado Amazonas ubicado en la Av. Obispo Mosquera y Antonio cordero, lugares que fueron mencionados por las personas encuestadas.

Si la respuesta es SI Mencione el lugar:

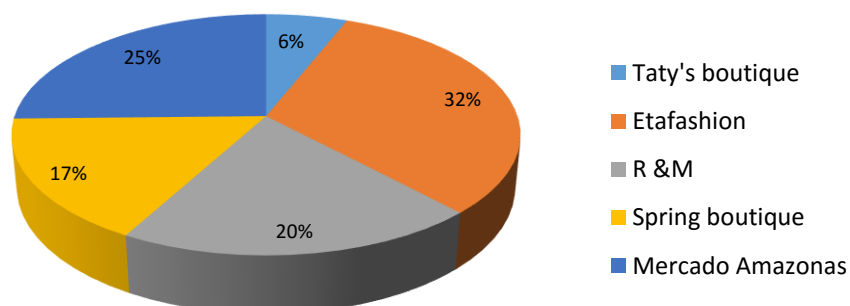
Tabla 14

Productos sustitutos.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Taty's boutique	9	6%
Etafashion	46	32%
R &M	29	20%
Spring boutique	24	17%
Mercado Amazonas	36	25%
Total	144	100%

Gráfico 9

Productos sustitutos.



Elaborado por: Las autoras

ANÁLISIS:

Se ha llegado a determinar que el lugar que tiene más acogida por las personas encuestadas es Etafashion ya que la mayoría de personas supo manifestar que conocen este lugar y adquieren sus prendas de vestir aquí, aunque el costo de estas prendas represente costos altos. De igual manera R&M es un local muy conocido por los encuestados y suelen realizar sus compras a en este lugar.

4.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por adquirir prendas de vestir en tallas grandes?

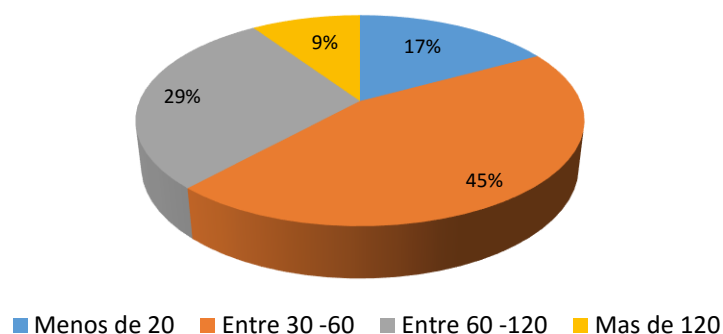
Tabla 15

Precios de compra.

Alternativa	Frecuencia	%
Menos de 20	63	17%
Entre 30 -60	167	45%
Entre 60- 120	107	29%
Más de 120	33	9%
Total	370	100%

Gráfico 10

Precios de compra.



Elaborado por: Las autoras

ANÁLISIS:

Una vez aplicada la investigación se puede observar en el gráfico que la mayoría de los clientes gasta en ropa alrededor de \$30a \$60 dólares, debido a que adquieren prendas importadas de países vecinos, que son un tanto costosas puesto que sus diseños y modelos son innovadores y van acorde a la moda actual.

5.- ¿Qué prendas de vestir en tallas grandes utiliza usted con mayor frecuencia?

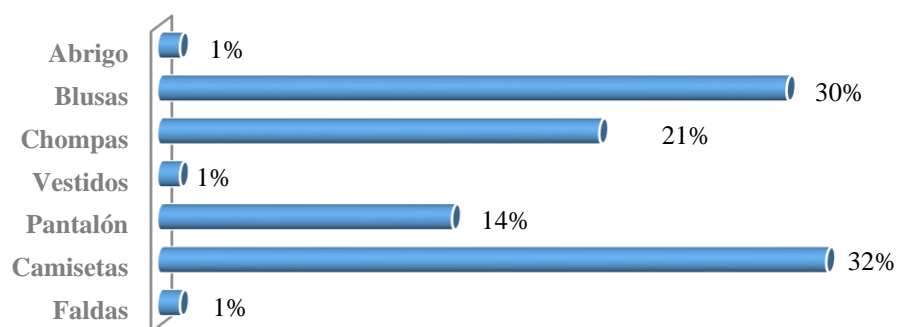
Tabla 16

Producto

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Faldas	4	1%
Camisetas	118	32%
Pantalón	52	14%
Vestidos	4	1%
Chompas	78	21%
Blusas	111	30%
Abrigo	4	1%
	370	100%

Gráfico 11

Producto.



Elaborado por: Las autoras

ANÁLISIS:

Como muestran los resultados gran parte de los encuestados al momento de vestirse tiene preferencia por adquirir pantalones, con un porcentaje casi similar manifiestan que les gusta adquirir chompas y en menor porcentaje blusas siendo las prendas de mayor preferencia al momento de comprar.

6.- ¿Qué prefiere al momento de adquirir una prenda de vestir en talla grande?

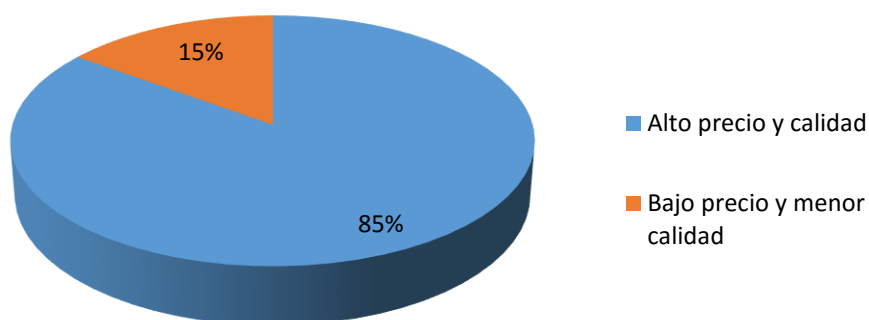
Tabla 17

Preferencia del consumidor.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Alto precio y calidad	315	85%
Bajo precio y menor calidad	56	15%
Total	370	100%

Gráfico 12

Preferencia del consumidor.



Elaborado por: Las autoras.

ANÁLISIS:

Usualmente las personas optan por comprar prendas de vestir que sean de calidad sin importar su costo elevado, ya que al ser de calidad su duración es mayor, y les gusta sus acabados.

7.- ¿Le gustaría que en la ciudad de Ibarra exista un lugar que comercialice prendas de vestir en tallas grandes?

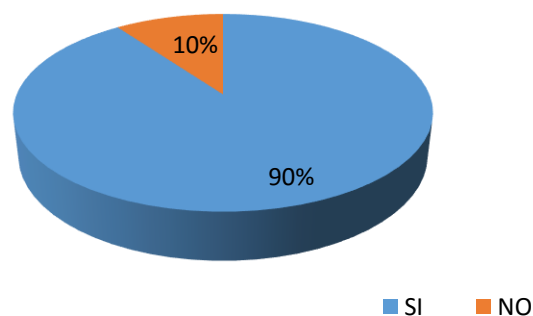
Tabla 18

Nivel de Aceptación del producto

Alternativa	Frecuencia	%
SI	333	90%
NO	37	10%
Total	370	100%

Gráfico 13

Nivel de Aceptación del producto.



Elaborado por: Las autoras

ANÁLISIS:

Una vez realizada la investigación, el gráfico nos muestra que un gran porcentaje de los encuestados está de acuerdo que este tipo de tienda especializada en la confección y comercialización de prendas de vestir en tallas grandes hace falta en la ciudad, es necesario que exista ya que los clientes requieren de este servicio para poder cumplir con sus exigencias y requerimientos al momento de elegir una prenda y lucir acorde a la moda actual.

Datos Técnicos.

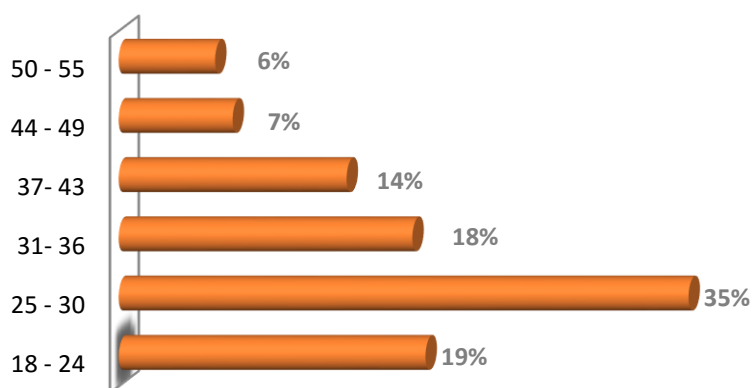
Tabla 19

Edad de las personas encuestadas

Alternativa	Frecuencia	%
18 - 24	70	19%
25 - 30	130	35%
31- 36	67	18%
37- 43	52	14%
44 - 49	26	7%
50 - 55	22	6%
Total	370	100%

Gráfico 14

Edad de las personas encuestadas



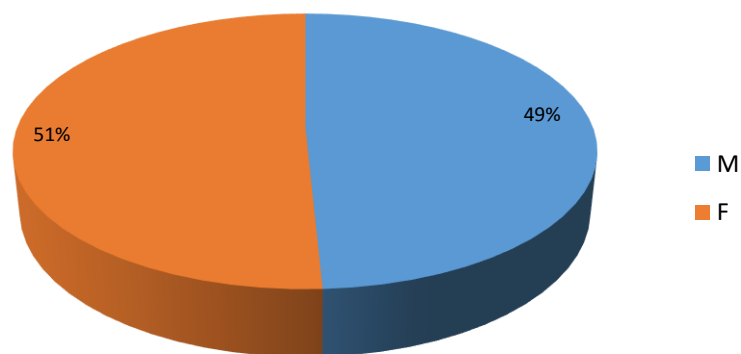
Elaborado por: Las autoras

ANÁLISIS:

La población investigada corresponde a las edades comprendidas entre 18 a 55 años debido a que la información recopilada será más precisa, gracias a la cual se pudo determinar que las prendas de vestir en tallas grandes tendrán más acogida por las personas de las edades de 25 y 30 años respectivamente seguidas por la población que se encuentra en el rango de 18 a 24 con un porcentaje similar las personas de 31 a 36 años de edad.

Tabla 20**Genero de los encuestados**

Alternativa	Frecuencia	%
M	181	49%
F	189	51%
Total	370	100%

Gráfico 15**Genero de los encuestados**

Elaborado por: Las autoras

ANÁLISIS:

La investigación se aplicó tanto al género femenino como masculino en la cual se muestra que el 51% corresponde al género femenino y el 49% corresponde al masculino quienes están interesadas en el producto.

3.6.2. Entrevista.**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE****FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

ENTREVISTADO: Srta. Leidy Verónica Cachiguango Benavides

CARGO: Diseñadora

LUGAR DE TRABAJO: Confecciones Anitex

DÍA: jueves

HORA: 9:35

LUGAR: Ibarra

FECHA: 14/05/2015

Indicador: Comportamiento de la oferta.

1. ¿Es común que se fabrique ropa en tallas grandes (XL, XXL, XXXL)?

No es común confeccionar este tipo de prendas, es mejor que este tipo de prendas se confeccionen exclusivamente bajo pedido, ya que en la actualidad es conveniente enfocarse a un nicho de mercado un poco más amplio y que no represente tantos costos para la empresa.

Indicador: Producto

2. ¿Qué aspectos se debería tomar en cuenta al momento de diseñar las prendas de vestir en tallas grandes?

- Tallaje ya que las medidas deben ser incrementadas en proporciones adecuadas.

- Diseño tomar en cuenta que no es algo común por lo cual necesita un tratamiento especial.
- Telas que no sean pesadas, estampados igualmente no tan grandes por cuanto les haría ver más grandes.

Indicador:Producto

3. ¿Qué materiales son apropiados para la confección de este tipo de prendas?

Sería conveniente confeccionar prendas de vestir que se utilizan diariamente como blusas, pantalones, camisas, camisetas, sacos, chompas, prendas del diario vivir que muchas veces no son fáciles de encontrar en tallas grandes.

Indicador:Precio del producto

4. ¿Cuán costoso es confeccionar prendas de vestir más comunes a partir de las tallas XL?)

El costo de este tipo de prendas de vestir puede ser un poco costoso ya que para fabricarlas se requiere aumentar la materia prima en estas prendas mientras que las otras no demandan mucha materia prima además en su elaboración incurren más gastos y mientras más gastos estén implicados en la confección pues mayor será su costo.

Indicador:Rentabilidad del negocio

1. ¿Cree usted que sería una oportunidad de negocio implementar en el mercado una línea con estas prendas?

Creo que sería muy importante que en la ciudad de Ibarra exista un lugar que pueda proveer prendas de vestir de este tipo, ya que existen muchas personas que tienen problemas

de encontrar ropa en tallas grandes, y creo que sería una gran oportunidad de negocio debido a que existe gran demanda de estas prendas.

Indicador: Promoción

2. ¿Qué estrategias se debe seguir para aprovechar la oportunidad de negocio en la producción y comercialización de prendas de vestir en tallas grandes, XL, XXL, XXXL?

Las estrategias que se debería implementar para impactar a los clientes sería implantar diseños nuevos, fuera de lo común sin embargo, tomar en cuenta la feminidad, delicadeza que caracteriza a los diferentes clientes y por supuesto diseñar una prenda con la cual los clientes se sientan cómodos y seguros. Y tomar en cuenta que el diseño de prendas de vestir que resalten la silueta de cada cliente.

Indicador: Promoción

3. ¿Qué estrategias se debe seguir para garantizar el mantenimiento de la empresa en el mercado?

El diseño y la calidad van de la mano, en la microempresa debe existir un cambio constante, es decir, se debe utilizar varios tipos de tela y accesorios que motiven a los clientes a adquirir el producto, cuidando que siempre estén al día con las nuevas tendencias, y se lo debe dar a conocer mediante una buena publicidad.

ANÁLISIS:

Como resultado de la entrevista realizada a una persona experta que conoce acerca de la confección y comercialización de prendas de vestir se puede concluir que la implementación de un lugar que distribuya prendas de vestir en tallas grandes puede

representar una gran oportunidad de negocio, ya que este tipo de negocio no ha sido atendido al 100% en el país y no cumple con las necesidades de las personas que requieren estas prendas, para su confort y comodidad.

3.6.3. Ficha de observación

Una vez realizada la observación se determinó que los clientes compran en su mayoría blusas en material de algodón y lycra para mayor comodidad con un estilo semi-formal en colores medios de excelente calidad adecuados para usar en cualquier ocasión. También se pudo determinar que el género femenino es el más interesado en adquirir este tipo de prendas de vestir las cuales les hacen lucir con gran estilo y distinción por ser una tienda que expende prendas de muy buena calidad. Se pudo apreciar una cantidad considerable de potenciales clientes que visitan la boutique al día.

Mediante la aplicación de la ficha se pudo determinar que la talla más adquirida por los clientes en blusas es la XXL(EEG) con un 36% de preferencia de consumo, seguida por la XXXL (EEEG) con un 34% y por último se encuentra la XL (EG) con un 30%, sin embargo la cantidad de prendas vendidas en tallas grandes tiene una variación mínima.

En cuanto a la venta de camisetas se pudo observar que las prendas de vestir que se vende con mayor facilidad son las camisetas en las tallas XXL(EEG) con un 34% de preferencia de consumo, seguida por la XL (EG) y XXXL (EEEG) con un 33%.

3.7. Identificación de la muestra de los locales comerciales dedicados a la venta de prendas de vestir.

Para identificar la muestra se tomó como base el total de los locales comerciales que se dedican a la venta de prendas de vestir, dato que se obtuvo por parte del Ilustre Municipio

de Ibarra donde consta la existencia 239 locales que comercializan prendas de vestir de los cuales solo 50 incorporan prendas en tallas grandes para la venta.

$$n = \frac{N * Z^2 * Q^2}{e^2(N - 1) + z^2 * Q^2}$$

Simbología

n = Muestra

N= población

Z²= nivel de confianza

Q²= probabilidad de ocurrencia de un evento

e² = error

Datos

n =?

N= 239

Z²= 1,96

Q²= 0,25

e² = 0,05

Aplicación.

$$n = \frac{239 * (1,96)^2 * (0,5)^2}{(0,05)^2(239 - 1) + (1,96)^2 * (0,5)^2}$$

$$n = 150$$

Al aplicar la fórmula se obtuvo la muestra de 150 que representa el número de encuestas que se aplicó para la recopilación de la información primaria de los locales comerciales.

3.8. Tabulación y análisis de la información.

1.- ¿Existe en su local prendas de vestir en tallas grandes XL, XXL, de venta?

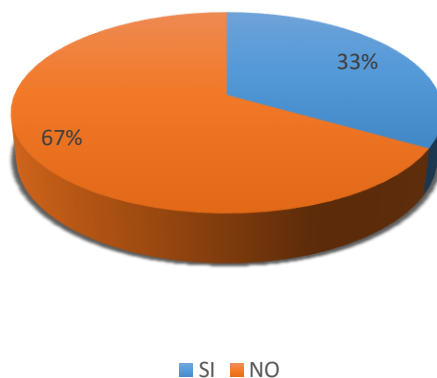
Tabla 21

Venta de prendas de vestir en tallas grandes.

Variable	Frecuencia	%
SI	50	33,3%
NO	100	67%

Gráfico 16

Venta de prendas de vestir en tallas grandes.



Elaborado por: Las autoras.

Análisis.

La encuesta realizada muestra que únicamente 50 de locales encuestados incorporan prendas de vestir en tallas grandes como una opción para satisfacer los gustos y preferencias de los clientes. Sin embargo no existe un lugar en la ciudad de Ibarra exclusivo de prendas de vestir de estas tallas.

2.- ¿Cuántas camisetas y blusas adquieren mensualmente para la comercialización de las tallas XL, XXL, XXXL para hombres y mujeres?

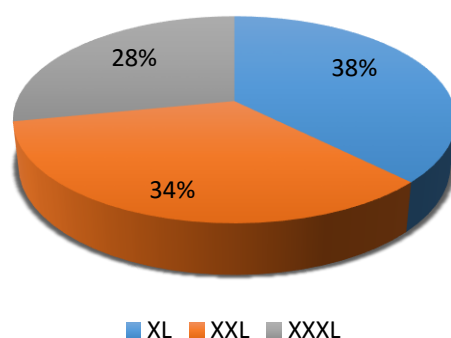
Tabla 22

Camisetas que adquieren mensualmente

Tallas	Frecuencia	%
XL	600	38%
XXL	550	34%
XXXL	450	28%
Total	1600	100%

Gráfico 17

Camisetas que adquieren mensualmente



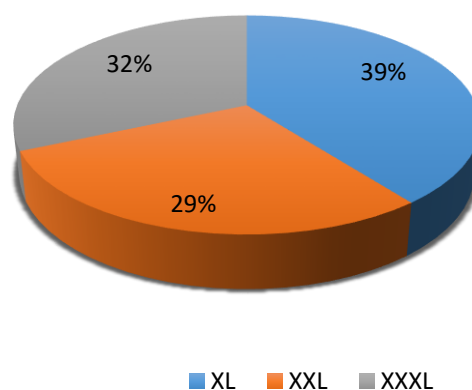
Elaborado por: Las autoras

Análisis.

Como se manifiesta en el gráfico podemos determinar que con respecto a la comercialización de camisetas en la talla XL se adquiere mensualmente 16 camisetas lo que representa una 32% que compran entre hombres y mujeres, lo que respecta a la talla XXL se muestra que mensualmente se vende 18 camisetas siendo el 36% y finalmente en la talla XXXL concuerda con la talla XL ya que sus ventas son similares.

Tabla 23***Blusas que adquieren mensualmente.***

Tallas	Frecuencia	%
XL	750	39%
XXL	550	29%
XXXL	600	32%
Total	1900	100%

Gráfico 18***Blusas que adquieren mensualmente.***

Elaborado por: Las autoras.

Análisis.

Con respecto a blusas, las mujeres adquieren en su mayoría la talla XXL, seguida de la talla XL.

3.- ¿Cuál fue el crecimiento anual de las ventas en su local, en los últimos tres años?

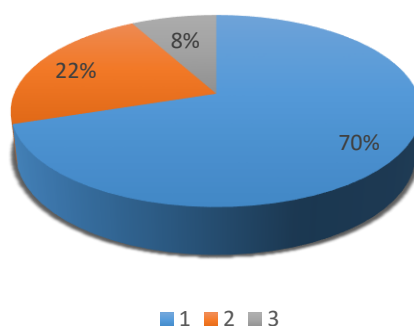
Tabla 24

Crecimiento anual de las ventas.

Variable	Frecuencia	%
2%	35	70%
3%	11	22%
4%	4	8%
Total	50	100%

Gráfico 19

Crecimiento anual de las ventas.



Elaborado por: Las autoras.

Análisis.

El gráfico muestra que el crecimiento de las ventas en los últimos tres años no ha sido considerable referente a años anteriores, debido a la alta competencia de países vecinos como lo es, Colombia, los encuestados supieron manifestar que allá existe variedad de productos con precios bajos.

4.- ¿Quién adquiere con mayor frecuencia prendas de vestir en tallas grandes?

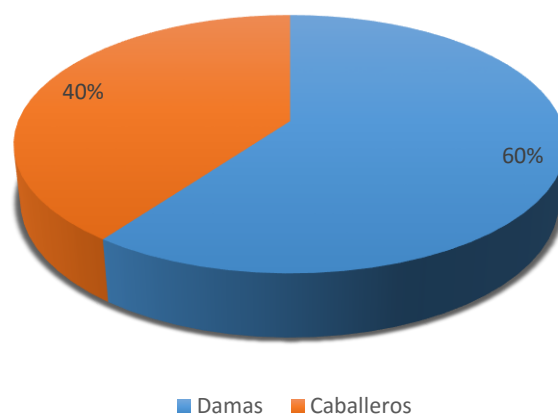
Tabla 25

Género que adquiere con mayor frecuencia prendas de vestir.

Variable	Frecuencia	%
Damas	30	60%
Caballeros	20	40%
Total	50	100%

Gráfico 20

Género que adquiere con mayor frecuencia prendas de vestir.



Elaborado por: Las autoras

Análisis.

Se ha llegado a determinar que el género femenino es quien adquiere con mayor frecuencia prendas de vestir en tallas grandes según la encuesta aplicada, lo que indica que las damas compran prendas con mayor frecuencia.

5.- ¿En los últimos 3 años sus ventas de prendas en blusas y camisetas en tallas grandes fueron?

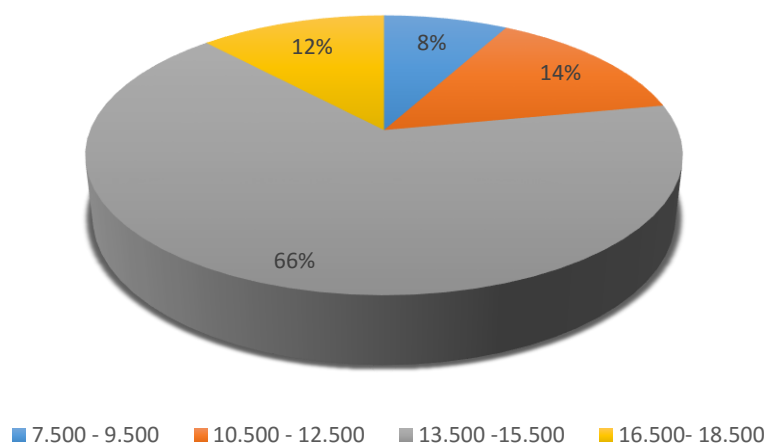
Tabla 26

Ventas en dólares de los 3 últimos años.

Variable	Frecuencia	%
7.500 - 9.500	4	8%
10.500 - 12.500	7	14%
13.500 -15.500	33	66%
16.500- 18.500	6	12%
Total	50	100%

Gráfico 21

Ventas de los 3 últimos años.



Elaborado por: Las autoras

Análisis.

Una vez aplicada la encuesta se puede constatar que las ventas de los tres últimos años se encuentran en el rango de \$13.500 a \$15.500 referente a los locales comerciales de Ibarra que comercializan prendas de vestir.

3.9. Análisis de la oferta.

Mediante la investigación realizada se determinó y analizó la competencia de nuestros competidores, se obtuvo información importante que nos permitió evaluar la capacidad competitiva, actual y futura.

Gracias a datos proporcionados por el ilustre municipio de la ciudad de Ibarra se pudo determinar que en la ciudad existen 239 locales dedicados a la comercialización de prendas de vestir encuesta realizada a los comerciantes reflejo que solo 50 incorporan prendas en tallas grandes para comercializar.

A continuación se muestra una nómina de algunos locales comerciales de la ciudad de Ibarra que incluyen prendas de vestir en tallas grandes como una opción, más no como su producto estrella, es decir, ofertan poca variedad de estas prendas:

Tabla 27

Nómina de algunos lugares que venden prendas en tallas grandes.

Actividad Comercial	Personería	Dirección
Venta De Ropa	Natural	José Joaquín Olmedo 11-064
Boutique	Natural	Cristóbal Colon 08-055
Venta De Ropa	Natural	Av. Atahualpa 20-024
Boutique	Obligada	Simón Bolívar 08-026
Venta De Prendas De Vestir	Natural	Simón Bolívar 13-047
Boutique Spring	Natural	Simón Bolívar 10-009
Ropa	Natural	Av. Jaime Roldos Aguilera 12-027
Venta De Ropa	Natural	Simón Bolívar 10-068
Venta De Ropa	Natural	Juana Atabalipa 02-048
Boutique Occasion	Natural	Simón Bolívar 09-037
Prendas De Vestir	Natural	José Joaquín Olmedo 11-066
Venta De Ropa	Natural	Sánchez Y Cifuentes 09-007
Venta De Ropa	Natural	Simón Bolívar 08-073
Venta De Ropa	Natural	Juan M. Grijalva 06-077
Ropa	Natural	Av. El Retorno 10-054
Venta De Ropa	Natural	Cristóbal Colon 08-048
Venta De Ropa	Natural	Bartolomé García 01-131
Venta De Ropa	Natural	Av. Fray Vacas Galindo 11-030

Fuente: www.municipiodeibarra.gob.ec

Elaborado por: Las autoras

Año:2015

3.9.1. Oferta histórica.

En la aplicación de las encuestas a 150 locales comerciales, reflejó que 50 locales venden prendas de vestir en tallas grandes, quienes manifestaron que en el año 2013 el número de ventas fue de 3.500 prendas promedio dato que se obtuvo que de la encuesta según pregunta número 2. Se determinó que existe un incremento considerable en las ventas aproximadamente del 2%, donde constan las ventas de los 3 últimos años de los locales comerciales a los cuales se aplicó la encuesta.

Las prendas de vestir en tallas grandes que son adquiridas con mayor frecuencia son camisetas. Las personas encuestadas manifestaron que las ventas son similares en las tallas XL –XXL-XXXL, es decir, no existe gran diferencia, sin embargo, podrían variar en un 1%.

Otra de las prendas de preferencia entre los clientes y que son adquiridas con mayor frecuencia son las blusas. Las ventas son similares en las tallas XL –XXL-XXXL, es decir, no existe gran diferencia sin embargo podrían variar en un 6%.

3.9.2. Oferta actual.

Para analizar la oferta actual se encuestó a locales comerciales de la ciudad, en donde se determinó que no existe un lugar que produzca prendas de vestir en tallas grandes, únicamente existen locales que comercializan dichas prendas en pequeñas cantidades.

De información proporcionada por propietarios de 50 locales comerciales que venden ropa en tallas grandes se ha considerado que existe un movimiento muy interesante en la producción de dichas prendas, gracias a la encuesta realizada se pudo determinar que existe un crecimiento aproximado del 2% anual en la venta de prendas de vestir en tallas grandes, además que se comercializa aproximadamente 3.500 prendas de vestir al año.

Cálculo de la proyección de la oferta

$$DF = Dp(1 + i)^n$$

Donde:

DF= Demanda futura

Dp= Demanda presente

i= Tasa de crecimiento

n= Año proyectado

Donde:

Dp= 3500

i= 2%

n= 1

Tabla 28
Oferta actual

Años	Cantidad prendas
2015	3500
2016	3570
2017	3641
2018	3714
2019	3789
2020	3864

Elaborado por: Las autoras
Año:2015

La proyección de la oferta se realizó tomando en cuenta la variación de la producción de prendas de vestir de los principales locales de venta en tallas grandes que constan en los

datos históricos, la misma que tuvo un crecimiento del 2 %, información que se obtuvo de las encuestas realizadas en la ciudad de Ibarra de esta manera se aplicó la fórmula matemática del crecimiento exponencial en donde tomamos en cuenta la demanda futura, demanda presente y la tasa de crecimiento y el año proyectado.

3.10. Análisis de la demanda

Conforme a los datos establecidos en la última encuesta Nacional de Salud y Nutrición realizada en el periodo 2011-2013 se pudo establecer que a nivel nacional existe prevalencia de sobrepeso y obesidad en un porcentaje del 62,8 % en la edad comprendida entre los 15 hasta los 65 años de edad.

Con este proyecto se pretende satisfacer los requerimientos de los clientes potenciales y cubrir la demanda insatisfecha que existe en la ciudad de Ibarra con prendas de vestir en tallas grandes en varios diseños y colores.

Tabla 29

Cálculo de la demanda actual

DEMANDA	8725
POBLACIÓN CON PREVALENCIA DE SOBREPESO Y OBESIDAD	9.694
% de compra de prendas de vestir en tallas grandes (pregunta 7)	90%
Total	8.725

DEMANDA	8725	Cantidad	DEMANDA ANUAL
Mensual	14%	1221	14657
Trimestral	43%	3752	15006
Semestral	16%	1396	2792
Anual	27%	2356	2356
Total	100%	8725	34811

Fuente: Encuesta (Pregunta 7)
Elaborado por: Las autoras.
Año: 2015

En la ciudad de Ibarra existen 9.694 personas con prevalencia de sobrepeso y obesidad del cual se tomo el 90% dándonos un total de 8.725 personas como posibles clientes, gracias a la encuesta realizada a los demandantes de estas prendas, quienes manifestaron que se encuentran dispuestos a comprar este tipo de prendas y les gustaria que existiera un lugar que expendiera las mismas. Luego se procedió a realizar una demanda homogenea, anual para lo cual se utilizó la información siguiente:

Las compras promedio realizadas en la ciudad, en donde el 14% realiza sus compras de manera mensual, 43% de las personas manifiestan que las compras de prendas de vestir en tallas grandes se realizan trimestralmente, el 16% realizan sus compras de manera semestral, el 27% manifestó que realizan sus compras de manera anual de camisetas y blusas información que se obtuvo de las encuestas realizadas.

Tabla 30

Cálculos de la demanda actual por producto.

Cálculos de la demanda actual por producto		
Camisetas	51%	17.754
Blusas	49%	17.057
Total	100%	34.811

Fuente: Encuesta Demanda (Pregunta 5)

Elaborado por: Las autoras.

Año: 2015

Según la información obtenida de la encuesta aplicada a personas con prevalencia de sobrepeso y obesidad de la ciudad se considera que la mayoría los demandantes realizan sus compras de manera trimestral y las prendas de preferencia son camisetas seguido de blusas.

3.10.1. Proyección de la demanda.

Para realizar la proyección de la demanda se utilizó la fórmula matemática por la cual se calculó la tasa de crecimiento de personas con problemas de sobrepeso en la ciudad de Ibarra que corresponde a un 62,8 %, dato que se obtuvo de una encuesta realizada por el

Ministerio de la Salud y el INEC. Se prevé una proyección para 5 años. El cálculo se realizó mediante la ponderación de la tasa de crecimiento poblacional que es de 3,80 % y tasa de crecimiento de personas con sobrepeso del 2,40% ,obteniendo como resultado 3,10% que será la tasa que se empleará para el cálculo.

$$DF = Dp(1 + i)^n$$

Donde:

DF = Demanda futura

Dp == Demanda presente

i = Tasa de crecimiento

n = Año proyectado

La tasa de crecimiento que se utilizó fue de 3,10% de personas con sobrepeso para el 2016 se tendrá 35.890 prendas.

Tabla 31

Proyección de la demanda

Años	Demanda presente
2015	34811
2016	35890
2017	37003
2018	38150
2019	39333
2020	40552
2021	41809

Fuente: Tabla 29
Elaborado por: Las autoras.
Año: 2015

3.11. Análisis de precios.

El precio de las prendas de vestir que actualmente se comercializan en la ciudad se lo determinó a través de la investigación efectuada a base de observación directa. El precio promedio de las camisetas se encuentra entre los \$ 13,50 -\$ 17,11 por unidad, en cuanto a blusas el precio oscila entre \$23,00- \$29,00. Los precios del producto dependen del lugar donde se ubica los mismos, pero también de su calidad, es por eso que al analizar este punto, es importante conocer los precios que manejan nuestros competidores, ya sea como referencia o para establecer los mismos.

3.11.1. Costos de las camisetas

Los costos de las camisetas están conformados por materia prima, mano de obra directa materiales indirectos y por último los costos indirectos de fabricación.

Tabla 32

Costos de producción de una camiseta básica en talla grande.

COSTOS	TOTAL PRECIO
Materia prima	3,75
Tela	3,75
Mano de obra	2,79
Diseño	2,5
Operaria	0,29
CIF	3,94
TOTAL	10,50

Fuente: Sayvan Confecciones

Elaborado por: Las autoras.

Año: 2015

Tabla 33**Costos de producción de una blusa básica en talla grande.**

COSTOS	TOTAL PRECIO
Materia prima	3,75
Tela	3,75
Mano de obra	2,79
Diseño	2,5
Operaria	0,29
CIF	4,44
TOTAL	11,0

Elaborado por: Las autoras.
Fuente: Sayvan Confecciones
Año: 2015

Con los costos obtenidos se fija el precio para cada una de las prendas, que parten de modelos básicos; en camisetas el precio es de \$13,50 en blusas es de \$23,00. El precio se estableció en base a la competencia y la proyección de precios se tomó en cuenta el porcentaje de inflación que corresponde a 4,87% a Junio 30 del 2015 dato que se obtuvo del Banco Central.

Los precios que se apliquen a las prendas de vestir estarán basados en la competencia, es decir, precios similares en el mercado, reduciendo costos pero sin alterar la calidad del mismo, con el fin de ofrecer prendas que satisfagan a los clientes

Tabla 34**Proyección de precios**

PRENDAS	2016	2017	2018	2019	2020
Camisetas	13.50	14,15	14,84	15,57	16,32
Blusas	23	24,12	25,29	26,50	27,80

Fuente: Sayvan Confecciones
Elaborado por: Las autoras.
Año: 2015

Los precios de las prendas de vestir que constan en la tabla anterior son precios proyectados de prendas básicas, es decir, los precios pueden variar dependiendo del modelo.

3.12. Balance oferta demanda.

Tabla 35

Balance oferta demanda.

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER
2015	34.811	3.570	31.241
2016	35.890	3.641	32.249
2017	37.003	3.714	33.289
2018	38.150	3.789	34.361
2019	39.333	3.864	35.468
2020	40.552	3.864	36.688

Fuente: Tabla 29,28
Elaborado por: Las autoras
Año: 2015

3.12.1. Demanda insatisfecha que será aceptada por la microempresa

La demanda potencial a satisfacer para el 2015 es de 31.241 prendas de vestir, para el 2016 la demanda incrementa en un 2% dándonos un total de 32.249 de la cual se captará el 36 % que corresponde a 11.557 prendas, las mismas que tendrán un crecimiento anual del 2% para los próximos años.

A continuación se presenta la proyección de la producción:

Tabla 36

Participación en el mercado

AÑO	DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER	PARTICIPACIÓN %	MENSUAL
2016	32.249	11.557	963
2017	33.289	11.929	994
2018	34.361	12.314	1.026
2019	35.468	12.710	1.059
2020	36.688	13.147	1.096

Fuente: Tabla 35
Elaborado por: Las autoras
Año: 2015

3.13. Estructura y segmentación del mercado.

Se utilizarán estrategias básicas de la demanda del mercado local que requiere el proyecto para su implantación como: producto, precio, plaza y promoción, enfocados a satisfacer las necesidades del cliente.

La segmentación del mercado permite analizar las oportunidades a los que se enfrentará la microempresa de confección y comercialización de prendas de vestir en tallas grandes, para esto es muy importante evaluar la segmentación del mercado, con lo que nos permitirá identificar al grupo de consumidores potenciales a quienes se puede ofrecer el producto.

Las prendas de vestir en tallas grandes están dirigidas a todas las personas de entre 15 y 65 años de edad de la ciudad de Ibarra provincia de Imbabura, sin importar su ocupación, raza, religión, cultura o género de los cuales perciban ingresos mensuales de 354 a 800 dólares.

El perfil del consumidor que lo conforma es el de mujeres y hombres que buscan modelos llamativos en tallas grandes, los cuales suelen pagar por ésta un promedio de \$15,00 - \$23,00 y suelen adquirir principalmente en locales comerciales de la ciudad

3.14. Mercado meta

Nuestro producto estará dirigido a personas que tengan prevalencia de sobrepeso y obesidad, es decir, personas con medidas que vayan desde la talla XL, hasta la talla XXXL.

Gracias a un estudio realizado en el período 2011-2013 se pudo obtener información acerca de las personas con prevalencia de sobrepeso y obesidad, en cual menciona que el 8,52% de la ciudad de Ibarra sufre de sobrepeso u obesidad, la mayoría de la población con

este problema se encuentra en la población comprendida en la edad de 19 a 60 años, dato con el cual se pudo segmentar de una manera adecuada nuestro mercado.

3.15 Estrategias de mercado

3.15.1. Producto

La marca que nos distinguirá en el mercado será “A TU MEDIDA MODA Y ESTILO” con la cual nos caracterizaremos por expender prendas de vestir acorde a las tallas requeridas por nuestros clientes.

El producto llevará en el etiquetado: la talla, información de cómo se deberá tratar el producto y del material que se encuentra confeccionada la prenda.

Se llevará un control riguroso de calidad de cada una de las prendas para garantizar la calidad de las mismas antes de realizar la entrega del mismo.

3.15.2. Plaza

Se elaborará un estudio para determinar el lugar idóneo para la instalación de la microempresa, se tendrá en cuenta varios aspectos en cuanto la ubicación del lugar como: cercanía, costos de transporte, servicios básicos, tamaño y dimensiones gracias a la utilización del método de evaluación cualitativa por puntos.

La venta del producto se realizará de manera directa al consumidor final o también a través de intermediarios como lo son otros locales comerciales de la ciudad, además se buscará convenios con almacenes para la realización de la entrega del producto.

3.15.3. Promoción

Uno de los aspectos que son útiles para promocionar y comercializar el producto es darse a conocer por diferentes medios como: radio, tv, volantes, entre otros; estas estrategias en la mayoría de casos atrae varios clientes.

Para el presente proyecto se prevé contratar publicidad radial, entrega de trípticos dando a conocer el lugar de ubicación de los puntos de venta y modelos de prendas a confeccionar.

3.16. Conclusiones del estudio de mercado.

Una vez efectuado el análisis de las variables que componen el estudio de mercado como encuestas, entrevistas y la ficha de observación se ha determinado que en la ciudad de Ibarra existen 50 locales comerciales que incorporan prendas de vestir en tallas grandes, es decir, los lugares que existen no son suficientes para satisfacer a la demanda potencial existente de 31.241, debido a que el requerimiento en prendas de estas tallas es alto, mostrándose en un 62,8% en adultos.

Con respecto a la oferta se pudo determinar que en la ciudad existen pocos productores de prendas de vestir, algunos locales incorporan algunas prendas en tallas grandes como una opción, por lo que los consumidores no se encuentran satisfechos con las prendas que encuentran, debido a que no existe variedad en los modelos y colores, además el 61% de personas encuestadas supo manifestar que desconoce de un lugar específico donde adquirir este tipo de prendas y optan por trasladarse a otros lugares a realizar sus compras.

Se determinó que las personas al momento de realizar sus compras prefieren blusas y camisetas, y están dispuestos a gastar entre 30-60 dólares en prendas de vestir, y al no existir lugares donde expendan este tipo de prendas, el incorporar una microempresa dedica a la

producción y comercialización de prendas de vestir en tallas grandes con estrategias comerciales diseñadas y dirigidas a captar mercado ofreciendo un producto nuevo con características singulares y únicas se presenta como una oportunidad de negocio.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico es la fase en el que se analiza y se establece las bases de producción y comercialización de las prendas de vestir en tallas grandes, haciendo uso eficiente y eficaz de los recursos disponibles.

4.1. Tamaño del proyecto.

El tamaño del proyecto responderá a la capacidad de inversión a fin de satisfacer los clientes, para determinar el tamaño de la microempresa se tomó en cuenta factores de gran importancia como son: capacidad de producción de la maquinaria, utilización de recursos financieros, materia prima y la demanda potencial del producto.

4.1.1. Mercado.

El mercado es el factor determinante del tamaño del proyecto, de acuerdo a la información obtenida en el estudio de mercado. Según cuadro 36 se asume que en el año 2016 la demanda potencial a satisfacer será de aproximadamente 32.249 prendas, de las cuales se pretende cubrir el 36 % de la demanda, el cual será de 11.557 prendas en cuanto camisetitas y blusas anualmente, para el 2017 se asume que la producción aumente un 2% que corresponde 11.929 prendas, gracias a información proporcionada por los comerciantes de prendas de vestir de productos similares en la ciudad de Ibarra.

Tabla 37**Tamaño del proyecto**

AÑO	DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER	PARTICIPACIÓN %	MENSUAL
2016	32.249	11.557	963
2017	33.289	11.929	994
2018	34.361	12.314	1.026
2019	35.468	12.710	1.059
2020	36.688	13.147	1.096

Fuente: Estudio de Mercado; Tabla 35

Elaborado por: Las autoras

Año: 2015

4.1.2. Disponibilidad de recursos financieros.

Se debe analizar la disponibilidad de los recursos financieros, los mismos que se cubrirán con recursos propios y un préstamo bancario considerando las tasas de interés y plazos convenientes para el proyecto, que garanticen la ejecución y puesta en marcha del mismo.

Se debe tomar en cuenta los aspectos de inversión que se van a realizar, las posibilidades de ingresos, los posibles gastos y las fuentes de financiamiento.

4.2. Localización del proyecto.

Para determinar la localización del proyecto, se realizó un análisis de macro y micro localización, con el fin de escoger la opción más conveniente que contribuya a una mayor rentabilidad, debido a que la localización puede determinar el éxito o fracaso del negocio por lo cual la ubicación no solo satisface criterios económicos si no también criterios estratégicos e institucionales.

4.2.1. Macro localización.

Para la ubicación de la microempresa se consideró factores de importancia, necesarios para un adecuado funcionamiento de la planta, el proyecto se ubicará en el cantón Ibarra

provincia de Imbabura, debido que presenta condiciones favorables para iniciar esta actividad.

Gráfico 22

Macro localización microempresa.



Fuente:Secretaría Nacional de Planificación SENPLADES

Elaborado por:Las autoras

Año: 2015

4.2.2. Micro localización.

Para la implementación de la microempresa se realizó un estudio previo acerca del lugar estratégico de ubicación del proyecto tomando como base el plano de la ciudad de Ibarra, además se tomó en cuenta factores como: servicios básicos, cercanía a las calles principales, fácil acceso lo cual permitirá al cliente acceder a la empresa sin inconvenientes, disponibilidad de medios de transporte, mano de obra, seguridad y factores sociales. El cual estará ubicado en las calles, Simón Bolívar # 8-45 entre Velasco y Pedro Moncayo, Centro comercial Casa Blanca, local número 6.

1.- Local comercial.-El local donde se localizará la microempresa estará adecuado para la actividad requerida, es decir, que contará con todos los implementos necesarios para el desarrollo de la actividad mencionada.

Para determinar la micro localización del local comercial se empleó el método de evaluación cualitativo por puntos en el que se dará la ponderación dependiendo del orden de importancia.

Tabla 38

Método de evaluación cualitativa de la micro localización.

Factor	Peso	Centro Comercial New Rute	Ponderación	Centro Comercial Casa Blanca	Ponderación
Demanda Potencial	35%	6	1	8	1,33
Cercanía	25%	9	1,5	9	1,5
Costo de Transporte	10%	8	1,33	8	1,33
Servicios Básicos	5%	4	0,67	9	1,5
Tamaño y Dimensiones	25%	7	1,17	9	1,5
Total	100%	34	5,67	43	7,16

Elaborado por: Las autoras
Año: 2015

Gráfico 23

Micro localización local comercial



Fuente: www.googlemap.com
Elaborado por: Las autoras
Año: 2015

De acuerdo al método aplicado por puntos en donde se valora a los requerimientos de la microempresa, se determina que el lugar más adecuado es el centro comercial Casa Blanca debido a que los factores analizados favorecen dicho lugar.

2.- Local para la planta.-Para determinar la micro localización de la planta se empleó el método de evaluación cualitativo por puntos en el que se dará la ponderación dependiendo del orden de importancia.

Tabla 39

Método de evaluación cualitativa de la micro localización de la planta.

Factor	Peso	Parque Industrial Ibarra		La pradera de los Sauces	
		Ponderación		Ponderación	
Precio	35%	6	1	9	1,5
Cercanía	25%	5	0,83	7	1,17
Costo de Transporte	10%	8	1,33	8	1,33
Servicios Básicos	5%	7	1,17	8	1,33
Tamaño y Dimensiones	25%	7	1,17	8	1,33
Total	100%	33	5,5	40	6,66

Elaborado por: Las autoras
Año: 2015

Según la evaluación de la ubicación óptima se considera que el lugar más óptimo para la ubicación de la planta de la microempresa es en la Pradera de los Sauces debido a que cuenta con los requerimientos nuestros en cuanto a dimensiones y costos.

Gráfico 24

Micro localización de la planta.



Fuente: www.googlemap.com
 Elaborado por: Las autoras
 Año: 2015

Para la implementación del local de la planta se tomó en cuenta que existen microempresas Industriales como metalmecánica Macusa, piel Active, y unas rectificadoras de carros. El costo del arriendo está acorde a nuestras exigencias, es un lugar que cuenta con todos los servicios básicos, su ubicación está cerca del centro de la ciudad y existe facilidad de transporte, por estas razones la ubicación de la planta será en las calles Daniel Reyes y Ricardo Sánchez.

Siendo esta la ubicación más ventajosa para el proyecto; es decir la que cubre exigencias del proyecto, contribuyendo a minimizar costos y gastos.

4.3. Ingeniería del proyecto.

Se analizaron los procesos productivos, maquinaria y equipo, diseños de instalaciones para garantizar la capacidad de producción propuesta en este proyecto para poner en marcha a la microempresa.

4.3.1. Proceso productivo y de comercialización.

Para la producción de las prendas de vestir en las tallas grandes se necesita tela e insumos que puede ser abastecidas de diferentes ciudades como son: Ibarra, Atuntaqui y Otavalo quienes nos proveerán lo necesario para la confección. Las telas e insumos que se requiere para el producto son: licra, algodón, poliéster, poli algodón, chifón. Se tendrá cuidado en la adquisición de materia prima en lo referente a precios y calidad, como insumos se puede mencionar cierres, botones, reatas, elásticos, hilos, entre los más importantes. Los cuales podrán ser adquiridos en:

Tabla 40
Proveedores

Proveedores	Dirección	Teléfono
Nortextil	Sánchez y Cifuentes 1087 y Velasco (Matriz) y Bolívar y Olmedo (Sucursal)	06-2906412
Patprimo	Bolívar s/n y Río Amazonas	06-2906-331
D'Mauri	Río Amazonas 15-42 y Juan de Velasco	06-2907-927
Texfield	Cdla. del chofer Honduras 4/49 y Brasil	986207625
Servimaq	Sánchez y Cifuentes junto Astra	06-2922794

Elaborado por: Las autoras
Año: 2015

Cabe mencionar que Imbabura es conocida como un sector textil que posee la mano de obra suficiente para la producción de prendas de vestir, mismo que cuenta con la experiencia y habilidad necesaria en el desarrollo de la producción. Las vías de acceso de la ciudad de Ibarra se encuentran en condiciones aceptables, permiten la movilidad de las personas y el transporte de las telas e insumos, es decir, existe facilidad para trasladarle dentro y fuera de la ciudad.

Se utilizará tecnología semi automatizada, puesto que interviene las máquinas y el talento humano lo cual ayudará a aumentar la productividad de prendas de vestir en tallas grandes, basandose en la minimización de costos de producción y en la maximización del producto terminado en el menor tiempo posible gracias a la adquisición de máquinas adecuadas para la confección, las cuales serán adquiridas en Servimaq.

4.3.2. Obras civiles.

Las instalaciones necesarias para el correcto funcionamiento de un taller de confección se detallan a continuación:

1. Iluminación

Se debe cumplir con ciertas características como la alta iluminación, natural si es posible o luz blanca a no más de 2,5 metros del lugar de confección. El inmueble del área de máquinas por tener una altura de 3 metros, los focos se colocarán a 50 metros del tumbado, mientras que los focos de 100 w, del área de corte serán colocados en el tumbado.

2. Distribución de la maquinaria

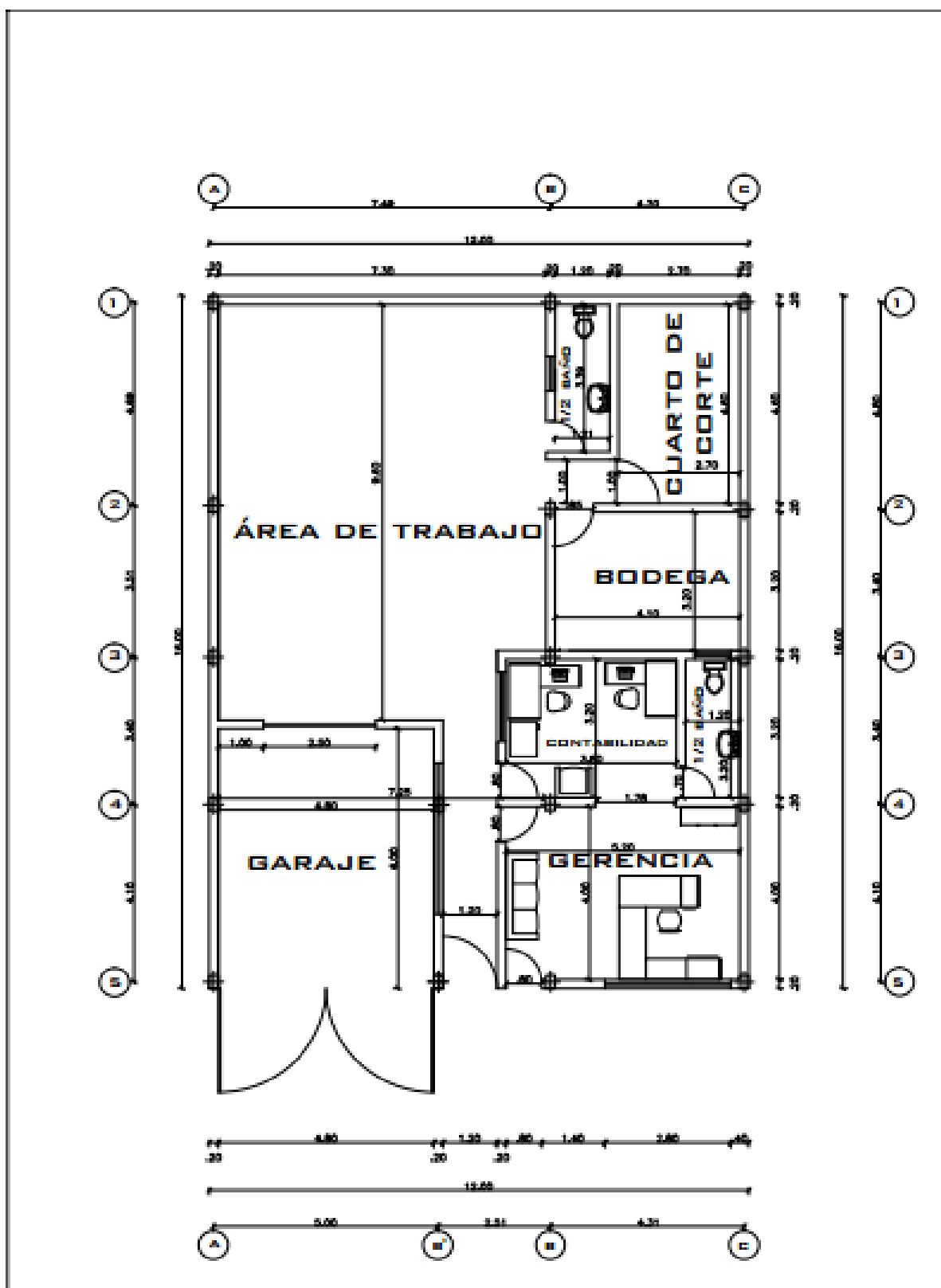
La distribución de la maquinaria está en función del flujo del proceso productivo y del espacio físico.

3. Conexiones eléctricas.

Para el buen funcionamiento de la maquinaria se utilizará un voltaje de 110 v. y se tendrá especial atención sobre los cables, debido que se trata de materiales inflamables, por lo que es necesario entubar todas las conexiones.

Gráfico 25

Distribución de la planta



Elaborado por: Arq. Edgar Ayala
Año: 2015

4.4. Presupuesto técnico

4.4.1. Inversiones.

1. Inversión Fija

- **Maquinaria.**

Para la confección de prendas de vestir en tallas grandes es indispensable invertir en maquinaria óptima en el área productiva la cual se detalla a continuación: Para el área productiva es necesario disponer de las máquinas de confección, según se detalla a continuación:

Tabla 41

Descripción maquinaria.

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Máquina recta	2	698,00	1.396,00
Máquina recubridora	2	1.095,00	2.190,00
Máquina overlock	1	774,00	774,00
Cortadora de tela	1	298,00	298,00
Cortadora de octagonal	1	250,00	250,00
Total			4.908,00

Fuente: Servimaq
Elaborado por: Las autoras
Año: 2015

- **Vehículo**

Se invertirá en un vehículo para tener facilidad de traslado dentro y fuera de la ciudad, además será importante para la compra de materia prima y para entregar el producto.

Tabla 42

Vehículo

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Vehículo	1,00	19.000,00	\$ 19.000,00
Total			\$ 19.000,00

Fuente:IMBAUTO
Elaborado por:Las autoras
Año:2015

- **Equipo de cómputo.**

El equipo de cómputo estará designado 1 computador para él o la diseñador (ora), es decir, para el departamento de producción, y otro para el departamento financiero a continuación el presente cuadro:

Tabla 43

Equipo de cómputo.

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Computadora	2	586,61	1.314,01
Impresora cannon	1	281,25	315,00
Total			1.629,01

Fuente: Worldcomputer
Elaborado por: Las autoras
Año: 2015

- **Equipo de oficina**

El equipo de oficina está designado para el departamento financiero que será para la utilización y beneficio de la misma.

Tabla 44

Equipo de oficina.

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Teléfono	2	58,50	58,50
Calculadora	1	7,80	7,80
Subtotal			66,30

Fuente: Astra
Elaborado por: Las autoras
Año: 2015

- **Muebles y enseres.**

Para realizar las actividades empresariales y el funcionamiento de la misma, se necesita proveer de muebles y enseres, mismos que serán destinados para el área contable, comercial y productiva:

Tabla 45**Muebles y enseres**

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Escritorios	1	270,00	270,00
Sillas	2	95,00	190,00
Sillas para costurera	3	80,00	240,00
Sillas para sala de espera	3	47,00	141,00
Archivadores	1	215,00	215,00
Estanterías	1	75,00	75,00
Mostrador	1	85,00	85,00
Cestos de basura	2	3,00	6,00
Armadores	2	3,00	6,00
Subtotal			1.608,00

Fuente: Línea nueva, Maximuebles.

Elaborado por: Las autoras

Año: 2015

- Resumen de inversión fija.**

Se detalla la inversión total con la cual contará la microempresa para iniciar sus actividades.

Tabla 46**Inversión fija.**

Concepto	Costo
Maquinaria	4.908,00
Equipo de computo	1.629,01
Equipo de oficina	66,30
Muebles y enseres	1.608,00
Vehículo	19.000,00
Total	27.211,31

Fuente: Tabla 41, 42, 43, 44, 45

Elaborado por: Las autoras

Año: 2015

2. Costos de producción.

- Materia prima en la confección de las prendas.**

La materia prima es importante en la producción de prendas de vestir en tallas grandes es confeccionada en diferentes telas e insumos. Se toma en cuenta la producción en base a la

demanda insatisfecha que será cubierta un 36% y la capacidad de producción de la microempresa. A continuación se detalla la cantidad necesaria para la elaboración de una blusa y camiseta básica del cual se obtiene un desperdicio del 0,05 % de las telas que son utilizadas para su elaboración.

Tabla 47

Materia prima para la confección de blusas.

Mp	XL		XXL		XXL		Total	Cantidad	Promedio
	Cant.	Precio	Cant.	Precio	Cant.	Precio			
Tela	1,25	3,13	1,50	3,75	2,25	5,63	12,50	5,00	4,17
Total		3,13	1,50	3,75	2,25	5,63	12,50	5,00	4,17

Fuente: Sayvan Confecciones
Elaborado por: Las autoras
Año: 2015

Tabla 48

Materia prima para la confección de camisetas.

Mp	XL		XXL		XXL		Total	Cant.	Promedio
	Cant.	Precio	Cant.	Precio	Cant.	Precio			
Tela	1,3	3,13	2	5,00	2,5	6,25	14,38	5,75	4,79
Total		3,13		5,00		6,25	14,38	5,75	4,79

Fuente: Sayvan Confecciones
Elaborado por: Las autoras
Año: 2015

- **Mano de obra Directa**

Es importante que la empresa cuente con personal apto para confeccionar las prendas de vestir por lo cual se detalla a continuación un cuadro que muestra la mano de obra indispensable para la microempresa:

Tabla 49**Mano de Obra Directa**

Descripción	Cantidad	Sueldos y salarios	Valor total	Costo Beneficios de ley
Diseñador	1	600	7200	1828,80
Operarias	3	354	12744	2964,40
Total			19.944	4.793,20

Fuente: Sayvan Confecciones

Elaborado por: Las autoras

Año: 2015

- Costos indirectos de Fabricación**

Es importante conocer los costos indirectos que van a incurrir en el producto en este caso las prendas de vestir, tenemos los siguientes:

a. Herramientas para la confección.

Las herramientas para la confección que son indispensables para la producción de prendas de vestir en tallas grandes son:

Tabla 50**Herramientas para la confección**

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Mensual	Trimestral	Anual
Juego reglas	1	6,25	6,25	6,25	6,25
Tijeras pequeñas	4	0,31	1,24	3,72	14,88
Tijeras grandes	2	20,00	40,00	40,00	40,00
Cinta métrica	3	0,65	1,95	1,95	5,85
Tiza sastre	4	0,25	1,00	4,00	16,00
Agujas para máquina (recta)	1	0,36	0,36	1,08	1,08
Agujas para máquina (Recubridora)	1	0,40	0,40	1,20	1,20
Agujas para máquina (Overlock)	1	0,25	0,25	0,75	0,75
Total			51,45	58,95	86,01

Fuente: Servimaq

Elaborado por: Las autoras

Año: 2015

b. Materiales indirectos.

Para la confección de prendas de vestir es necesario la adquisición de materiales indirectos que intervienen en el proceso de elaboración y comercialización de las mismas a continuación se detalla:

Tabla 51

Materiales Indirectos

MI	Unidades	PU	Mensual	Trimestral	Anual
Hilo	1	0,50	466,5	1399,58	5598,34
Estampado	1	0,25	116,63	349,90	1399,58
Etiqueta	1	0,02	18,66	55,98	223,93
Botones	12	0,10	93,31	279,92	1.119,67
Cierres	1	0,19	177,28	531,84	2.127,37
Fundas individuales	100	0,70	7,00	21,00	84,00
Fundas de empaque	20	2,50	375,00	1.125,00	4.500,00
Total			1.254,41	3.763,22	15.052,89

Fuente: NORTEXTIL, D'Mauri
Elaborado por: Las autoras
Año: 2015

c. Costo mantenimiento de maquinaria.

El mantenimiento de maquinaria se tomó en referencia de productores de prendas de vestir.

Tabla 52

Mantenimiento de maquinaria

Descripción	Mensual	Anual
Costo de mantenimiento	100,00	100,00
Total	100,00	100,00

Fuente: Wilson Acosta
Elaborado por: Las autoras
Año: 2015

d. Gasto de mantenimiento de equipo de cómputo.

La empresa tendrá 2 computadores, a los cuales será importante realizarles mantenimiento a continuación:

Tabla 53**Mantenimiento de equipo de computación.**

Descripción	Mensual	Anual
Gasto de mantenimiento	25,00	50,00
Total		50,00

Fuente: Line Technology
 Elaborado por: Las autoras
 Año:2015

e. Gasto arriendo planta

La planta estará ubicada en la Pradera de los Sauces por lo cual se pagará un valor correspondiente a \$180 por cada mes.

Tabla 54**Gasto arriendo planta**

Descripción	Mensual	Trimestral	Anual
Arriendo planta	180,00	540,00	2.160,00
Total	180,00	540,00	2.160,00

Fuente: Line Technology
 Elaborado por: Las autoras
 Año:2015

f. Servicios Básicos

La microempresa contará con servicios básicos necesarios para su funcionamiento, es decir, condiciones apropiadas para el personal que laborará en las instalaciones.

Tabla 55**Servicios Básicos**

Descripción	Mensual	Trimestral	Anual
Agua potable	5,00	15,00	60,00
Energía eléctrica	25,00	75,00	300,00
Servicio telefónico	15,00	45,00	180,00
Internet	18,00	54,00	216,00
Total	63,00	189,00	756,00

Fuente: Sayvan Confecciones.
 Elaborado por: Las autoras
 Año: 2015

g. Depreciación maquinaria

Tabla 56

Depreciación Maquinaria

Rubro	Valor	Años	%	G.D
Maquinaria	4.908,00	10,00	0,10	490,80
Total	4.908,00	10,00	0,10	490,80

- Resumen costos indirectos de Fabricación.**

Tabla 57

Resumen costos indirectos de fabricación

Concepto	Mensual	Trimestral	Anual
Herramientas de confección	51,45	154,35	617,4
Materiales indirectos	1254,32	3762,95	15051,81
Gasto mantenimiento maquinaria	8,33	25,00	100,00
Gasto mantenimiento Equipo de cómputo	2,08	6,25	25,00
Gasto arriendo planta	180,00	540,00	2160,00
Servicios básicos	63,00	189,00	567,00
Depreciación Maquinaria	40,90	122,70	490,80
TOTAL	1600,08	4800,25	19012,01

Fuente: Tablas 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56

Elaborado por: Las autoras

Año: 2015

3. Capital de Trabajo.

El capital trabajo necesario para solventar la liquidez del proyecto el cual estará destinado para 3 primeros meses el mismo que comprenderá por mano de obra directa, materia prima directa, gastos indirectos de fabricación.

- Gastos Administrativos**

Los gastos administrativos están conformados por los sueldos administrativos, además por los materiales de oficina que son utilizados por los mismos.

a) Sueldos personal administrativo.

El talento humano que se requiere para desarrollar las actividades administrativas y financieras está conformado por secretaria, contador y gerente.

Tabla 58

Sueldos Administrativos.

Descripción	Mensual	Trimestral	Anual
Sueldos			
Administrativos	1.083,11	3.249,33	12.997,30
Total	1.083,11	3.249,33	12.997,30

Fuente:Ministerio Laboral
Elaborado por: Las autoras
Año: 2015

b) Materiales de oficina.

A continuación se muestran los materiales de oficina que son necesarios para el normal funcionamiento de las actividades de la empresa:

Tabla 59

Materiales de oficina.

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Resmas de papel	100	4,00	48,00
Caja de esferográficos bic	24	6,00	120,00
Carpetas archivadoras	6	2,00	20,00
Grapadora	2	3,00	6,00
Perforadora	2	3,00	6,00
Caja de grapas	1	1,50	6,00
Saca grapas	1	0,50	0,50
Corrector bic	1	1,80	5,40
Tonner para impresora HP negro	1	7,84	23,52
Tonner para impresora HP color	3	7,62	22,86
Subtotal			68,50

Fuente:Provesum, Worldcomputer
Elaborado por: Las autoras
Año: 2015

- **Gasto Arriendo local comercial.**

Para el funcionamiento adecuado de la microempresa se arrendará dos locales uno para el área comercial y el otro para la planta.

Los mismos que se ubicarán el primero en las calles principales de la ciudad de Ibarra antes mencionada, su costo oscila entre los \$350.

Tabla 60

Gasto arriendo

Descripción	Mensual	Trimestral	Anual
Arriendo local comercial.	350,00	1.050,00	4.200,00
Total	350,00	1.050,00	4.200,00

Fuente:Roxana Guerrero, Aura Edelmira Orbe.
Elaborado por:Las autoras
Año:2015

- **Gasto Ventas.**

Los gastos de ventas incluyen el salario del vendedor, la publicidad de la microempresa , el mantenimiento y combustible del vehículo:

a) Publicidad.

Es necesario realizar publicidad para la microempresa utilizando volantes y tarjetas de presentación para dar a conocer a la microempresa.

b) Sueldo en ventas.

Es indispensable contar con personal encargo de las ventas porque es a través de las ventas como la empresa obtiene los ingresos. El brindar una buena atención al cliente permite que la empresa logre reconocimiento en el mercado y de esta manera se cimiente y logre fidelidad de los clientes.

Mantenimiento y combustible del vehículo.

Es importante realizar mantenimiento al vehículo por lo menos dos veces al año, al igual tener conocimiento de cuánto gasta el vehículo en combustible.

Tabla 61

Gasto Ventas.

Descripción	Mensual	Anual
Publicidad	342,50	1.370,00
Salario vendedor	354,00	1.062,00
Mantenimiento y combs. vehículo	85,83	2.830,00
Total	782,33	5.262,00

Fuente: Relaciones laborales, Publicidad y Serigrafía Sanchez

Elaborado por: Las autoras

Año: 2015

- **Gasto de Constitución e Instalaciones.**

Para iniciar las actividades es necesario incurrir de manera obligatoria en los gastos de constitución para iniciar las actividades.

Tabla 62

Gastos de constitución e Instalaciones.

Descripción	Valor Total
Gastos constitución	500,00
Gastos Instalaciones	600,00
Total	1.100,00

Fuente: Abg. Vicente Vela

Elaborado por: Las autoras

Año: 2015

- **Gastos Financieros**

Para la creación de la microempresa es necesario realizar un crédito, el cual genera cierto interés a pagar a continuación se detalla.

Tabla 63**Gasto Interés.**

Descripción	Mensual	Anual
Gasto interés	1.021,25	12.255,05
Total	1.021,25	12.255,05

Fuente: Corporación Financiera Nacional

Elaborado por: Las autoras

Año: 2015

3.6. Resumen del capital de trabajo.**Tabla 64****Resumen del capital de trabajo.**

Concepto	Mensual	Trimestral	Anual
Costos de producción	7.846,23	23538,69	94154,77
Materia prima directa	4.184,71	12554,14	50216,56
Mano de obra directa	2.061,43	6184,30	24737,20
Costos indirectos de fabricación	1.600,08	4.800,25	19201,01
Gastos administrativos	1.341,39	4.024,17	22.111,37
Sueldos Administrativos	1.083,11	3249,325	19.012,01
Materiales de Oficina	258,28	774,84	3099,36
Gasto arriendo local comercial	350,00	1050,00	4200,00
Gasto ventas	782,33	2.347,00	9.388,00
Publicidad	342,50	1027,5	4110,00
Salario vendedor	354,00	1062,00	4248,00
Mantenimiento y combus. vehículo	85,83	257,50	1030,00
Gasto Constitución e Inst.	1.100,00	1.100,00	1.100,00
Gastos Financieros	1021,25	3063,76	12.255,05
Total	12.441,21	32.059,86	130.954,13

Fuente: Tablas 57, 58, 59, 60, 61,62

Elaborado por: Las autoras

Año: 2015

4.5. Inversión total.

Para considerar la inversión total se tomará rubros esenciales en la ejecución del proyecto, la inversión fija y el funcionamiento inicial de la microempresa, determinado por el capital de trabajo tomando en cuenta el período de tres meses hasta que el negocio comience a generar ingresos propios.

Tabla 65**Inversión total.**

Concepto	Valor
Inversión fija	27.211,31
Capital de trabajo	32.059,86
Total inversión	59.271,16

Fuente: Tabla 46, 64
 Elaborado por: Las autoras
 Año: 2015

La inversión total del proyecto será 30% propio y el 70% financiado ya que existe la facilidad de endeudamiento con las instituciones financieras como la CFN.

Tabla 66**Inversión total.**

Financiamiento	Aportación %	Aportación USD
Propio	30%	17.781,35
Financiamiento	70%	41.489,81
Total		59.271,16

Fuente: Tabla 65
 Elaborado por: Las autoras
 Año: 2015

4.5.1 Financiamiento.

En la actualidad existen instituciones financieras dispuestas a otorgar préstamos con mayor facilidad para la inversión con diferentes condiciones de pago y plazos lo cual es una ventaja porque se contará con el capital necesario.

La inversión que se realizará para ejecutar este proyecto es de \$ 59.271,16 los mismos que será 30% propio y el 70% financiado por la Corporación Financiera Nacional, con un plazo de 5 años para cancelar la deuda, y una tasa de interés del 10,5 %.

4.5.2. Talento humano.

Para el cumplimiento y desarrollo de la producción y comercialización de las prendas de vestir es necesaria la implementación de mano de obra directa e indirecta, tomando en

cuenta los sueldos y salarios publicados en la página web del Ministerio de Relaciones Laborales.

A continuación se detalla el personal requerido para producción, ventas y administración, además se calcula beneficios de ley para los trabajadores para el primer año:

Tabla 67
Sueldos y salarios

Descripción	Cantidad	Sueldos y salarios	Valor total	Beneficios de ley
Gerente	1	600,00	7.200	1.828,80
Contador	1	250,00	3.000	
Vendedor	1	354,00	4.248	1.188,13
Diseñador	1	600,00	7.200	1.828,80
Operarias	3	354	12.744	2.964,40
Total			34.392	7.810,13

Fuente: Relaciones laborales
Elaborado por: Las autoras
Año:2015

En la tabla anterior se muestra el personal que laborará en la microempresa y los sueldos y salarios que percibirán cada uno de los trabajadores y empleados de la microempresa, formando parte esencial para la producción y comercialización de la prendas de vestir.

4.6. Operación del proyecto.

4.6.1. Flujo gramas.

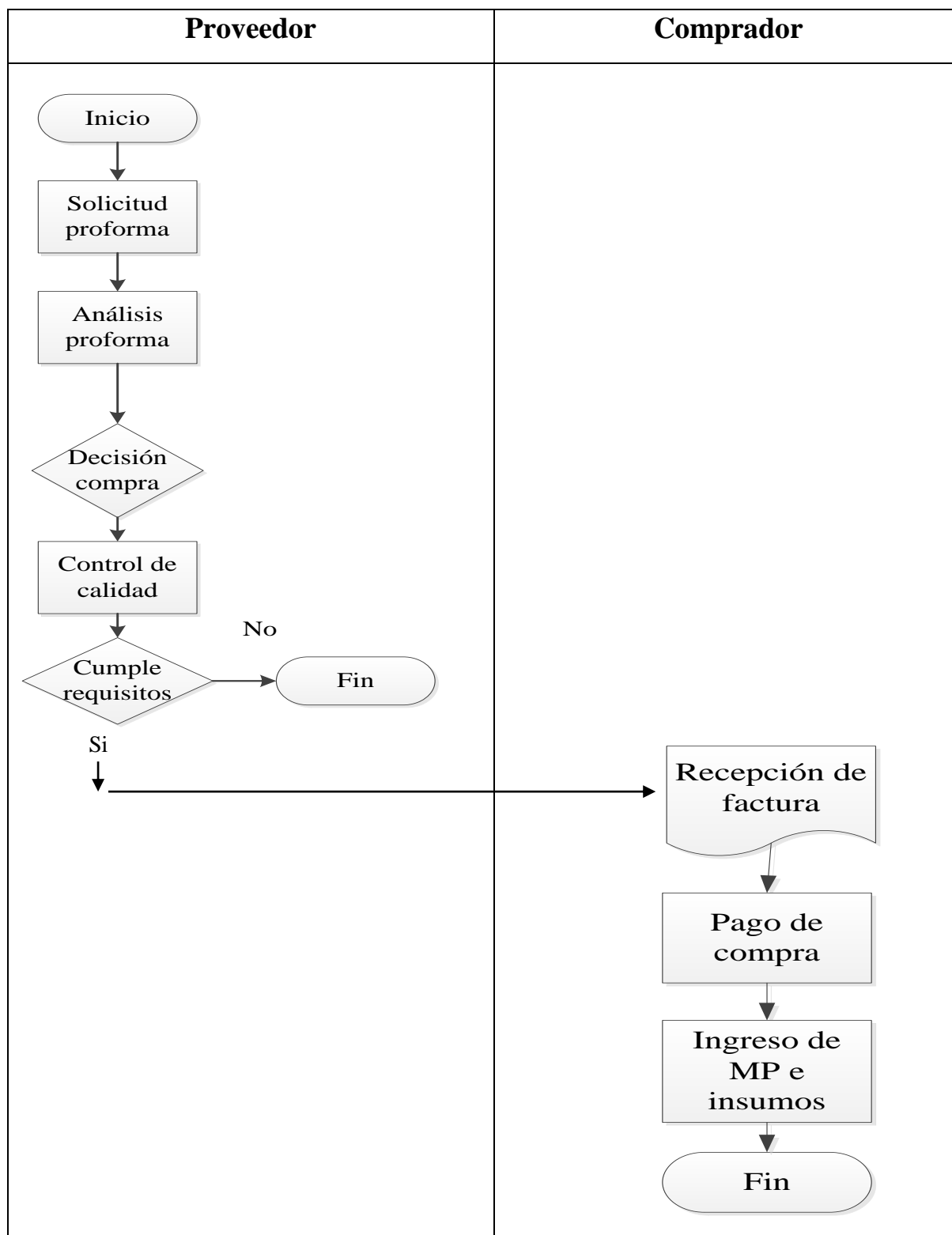
Para determinar los pasos que se requiere en la elaboración del producto se realiza el proceso de producción. Se tendrá elementos de entrada que corresponden a la materia prima de producción y elementos de salida siendo las prendas como camisetas y blusas en tallas grandes.

4.6.2. Procesos de producción y comercialización

El proceso de producción se define como la forma en que una serie de insumos se transforman en productos con la participación de la mano de obra y maquinaria especializada.

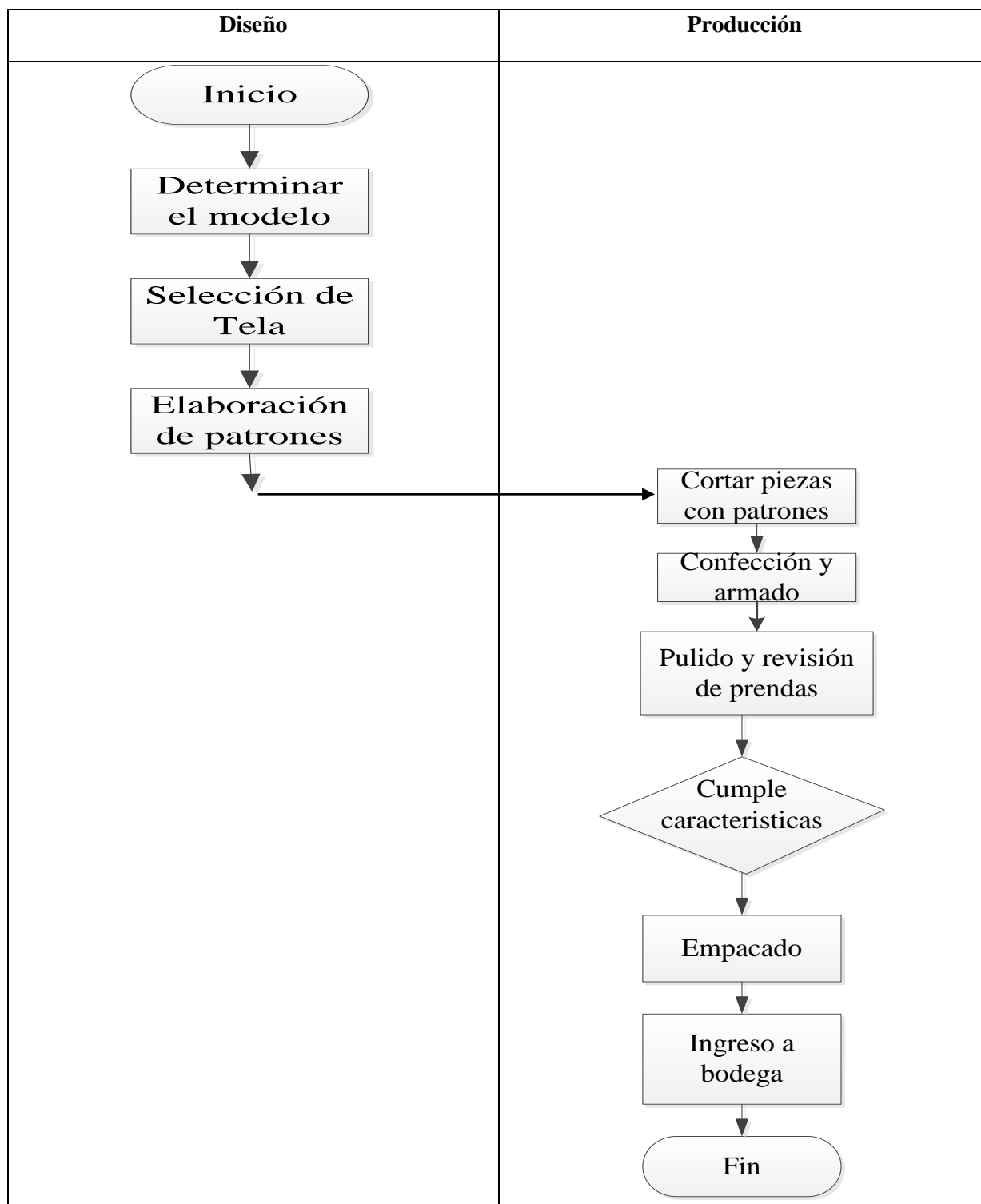
El proceso productivo inicia con la compra de materia prima e insumos de confección que cumplan con todos los requerimientos de calidad, para luego ser transferidos al departamento de producción lugar donde se ejecuta cada una de los procedimientos necesarios para la confección de las mismas, una vez concluido el proceso de producción y revisión del producto terminado será trasferido al departamento de ventas para ser comercializado al consumidor final. A continuación se detalla el proceso que garantizará la confección de prendas de calidad:

Diagrama de Proceso de compra de materia prima



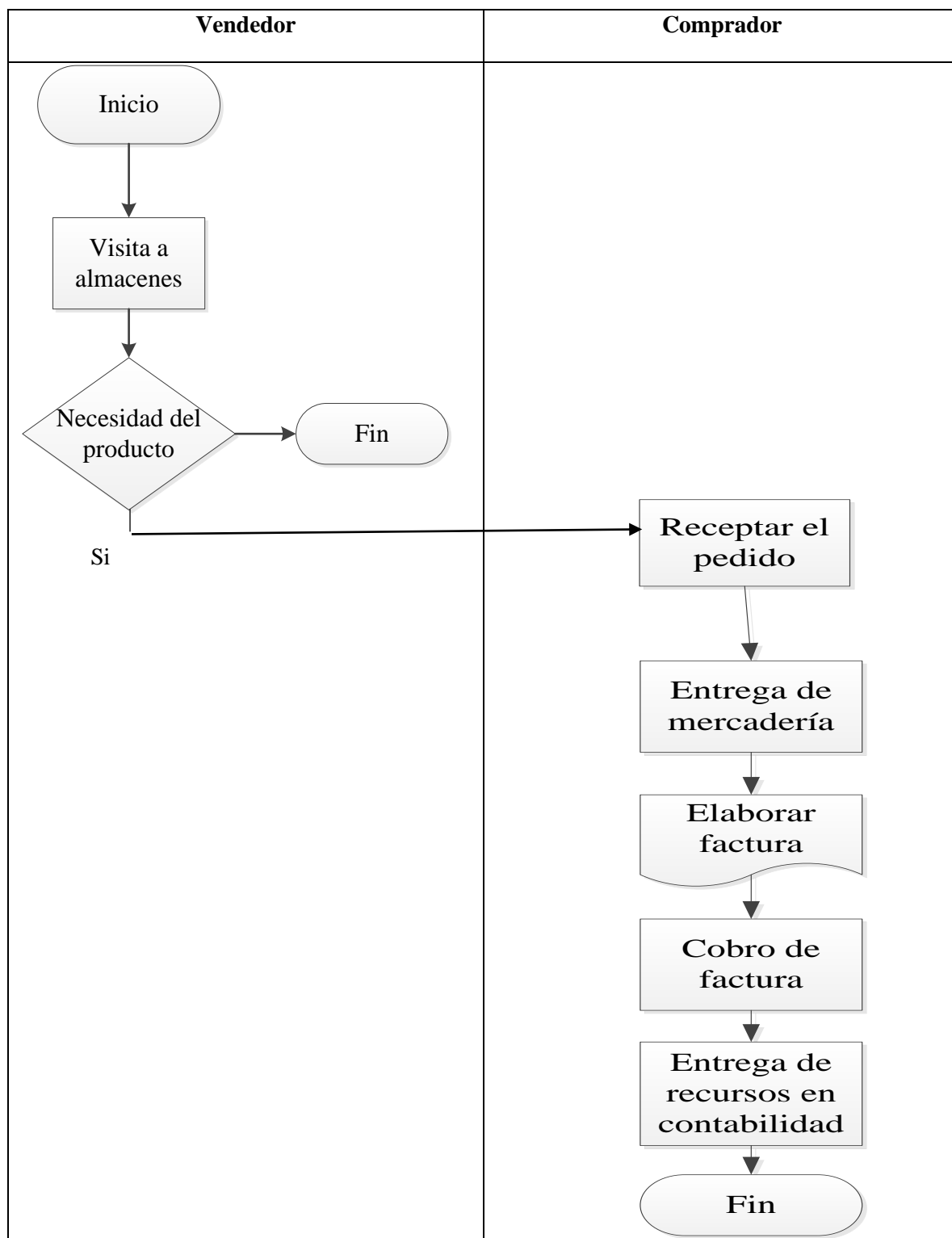
Fuente: Confecciones Panda
 Elaborado por: Las autoras
 Año: 2015

Flujograma de proceso de producción de prendas de vestir en tallas grandes



Fuente: Confecciones Panda
 Elaborado por: Las autoras
 Año: 2015

Flujograma de procesos de ventas de prendas de vestir en tallas grandes



Fuente: Confecciones Panda
 Elaborado por: Las autoras
 Año: 2015

CAPÍTULO V

5. EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA

En el presente capítulo se encuentra toda la información financiera, como el monto de los recursos que se van a utilizar para la ejecución del proyecto, el estudio financiero busca construir el monto necesario de recursos económicos del proyecto, el costo total de operación y los indicadores respectivos que permiten una adecuada evaluación financiera proyectando los valores a 5 años.

5.1. Inversión inicial.

El proyecto contará con una inversión de \$59.271,16 detallada a continuación:

Tabla 68

Resumen de inversiones del proyecto

Financiamiento	Aportación %	Aportación USD
Propio	30%	17.781,35
Financiamiento	70%	41.489,81
Total		59.271,16

Fuente: Tabla 64
Elaborado por: Las autoras
Año: 2015

De la información detallada en la tabla en el cual se indica la inversión total que requiere el proyecto para la producción de los primeros 3 meses.

5.2. Determinación de los ingresos proyectados.

El presupuesto de ingresos para la microempresa se constituye de las ventas de prendas de vestir en tallas grandes, en donde el año 1, es decir, para el 2016 se pretende vender 11.557 prendas, se confeccionará 51% camisetas y el 49% de blusas, el mismo que se basa en la demanda potencial a satisfacer, para los años siguientes se pretende incrementar las

ventas en un 2% anual según la capacidad instalada del proyecto. Para la proyección de precios se toma en cuenta la inflación de precios del 4,87%, a Junio del 2015 dato que se obtuvo del Banco Central del Ecuador.

El precio de las camisetas como de las blusas se lo estableció en base a la competencia siendo \$ 13,50 en camisetas y \$ 23,00 en blusas.

Tabla 69

Ingresos.

CAMISETAS					
Rubro	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020
Cantidad	5.893,89	6.083,92	6.279,99	6.482,29	6.705,13
Precio	13,50	14,15	14,84	15,57	16,32
Total	79.567,54	86.115,20	93.219,43	100.908,31	109.460,46
BLUSAS					
Rubro	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020
Cantidad	5.662,76	5.845,34	6.033,72	6.228,08	6.442,19
Precio	23,00	24,12	25,29	26,52	27,81
Total	130.243,46	140.962,08	152.591,01	165.176,95	179.175,97
TOTAL INGRESOS	209.811,00	227.077,28	245.810,43	266.085,26	288.636,42

Fuente: Estudio Técnico 47- 48

Elaborado por: Las autoras

Año: 2015

5.3. Determinación de egresos proyectado.

Los presupuestos de costos y gastos están constituidos por los requerimientos que demanda la microempresa para producir y comercializar.

5.3.1. Costos de producción.

Los costos están representados por todos los valores incurridos en el periodo de producción que son: materia prima, mano de obra, costos indirectos de fabricación.

1. Materia prima directa.

Todos los cálculos para la proyección se realizaron de acuerdo a la inflación de precios del 4,87% dato que se obtuvo del Banco Central.

Tabla 70

Materia prima directa.

Materiales		AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021
CAMISETAS							
Tela	Cantidad	10.943,62	11.162,49	11.385,74	11.613,46	11.845,72	12.082,64
	Precio	4,79	5,03	5,27	5,53	5,80	6,08
	Total	52.438,17	56.091,75	59.999,88	64.180,32	68.652,02	73.435,28
Materiales		AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021
BLUSAS							
Tela	Cantidad	9.143,01	9.325,87	9.512,38	9.702,63	9.896,68	10.094,62
	Precio	4,17	4,37	4,58	4,81	5,04	5,29
	Total	38.095,86	40.750,15	43.589,37	46.626,42	49.875,07	53.350,07
Total Materia Prima		90.534,03	96.841,90	103.589,26	110.806,74	118.527,09	126.785,34

Fuente: Estudio Técnico 47-48

Elaborado por: Las autoras

Año: 2015

El precio se determinó según la competencia, aunque la variación de los precios por tallas es mínima se sacó un valor ponderado o promedio de los precios de las camisetas y blusas, se realizó una suma de los precios en las tallas XL, XXL, XXL, además para poder realizar la proyección de precios se tomó en cuenta la inflación que corresponde a 4,87%, a Junio del 2015 dato de mucha importancia que se obtuvo del Banco central del Ecuador.

También se tomó en cuenta la tasa de crecimiento empresarial del 2%, dato que se obtuvo de la encuesta que se realizó a locales comerciales de la ciudad de Ibarra.

Tabla 71**Resumen de materia prima**

Prendas	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020
Camiseta	52.438,17	56.091,75	59.999,88	64.180,32	68.652,02
Blusa	38.095,86	40.750,15	43.589,37	46.626,42	49.875,07
Total	90.534,03	96.841,90	103.589,26	110.806,74	118.527,09

Fuente: Estudio técnico tabla 69

Elaborado por: Las autoras

Año: 2015

2. Materiales indirectos.**Tabla 72****Materiales indirectos.**

Materiales Indirectos		AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020
Hilos	Cantidad	8.396,64	8.564,57	8.735,86	8.910,58	9.088,79
	Precio	0,75	0,79	0,82	0,86	0,91
	Total	6.297,48	6.736,25	7.205,59	7.707,63	8.244,65
Estampado	Cantidad	5.709,71	5.823,91	5.940,39	6.059,19	6.180,38
	Precio	0,25	0,26	0,27	0,29	0,30
	Total	1.427,43	1.526,88	1.633,27	1.747,06	1.868,79
Etiqueta	Cantidad	33.586,55	34.258,28	34.943,45	35.642,32	36.355,16
	Precio	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02
	Total	671,73	718,53	768,60	822,15	879,43
Botones	Cantidad	1.119,55	1.141,94	1.164,78	1.188,08	1.211,84
	Precio	0,10	0,10	0,11	0,12	0,12
	Total	111,96	119,76	128,10	137,02	146,57
Cierres	Cantidad	2.127,15	2.169,69	2.213,09	2.257,35	2.302,49
	Precio	0,19	0,20	0,21	0,22	0,23
	Total	404,16	432,32	462,44	494,66	529,12
Fundas individuales	Cantidad	84,00	85,68	87,39	89,14	90,92
	Precio	0,70	0,73	0,77	0,81	0,85
	Total	58,80	62,90	67,28	71,97	76,98
Fundas de empaque	Cantidad	4.500,00	4.590,00	4.681,80	4.775,44	4.870,94
	Precio	2,50	2,62	2,75	2,88	3,02
	Total	11.250,00	12.033,83	12.872,28	13.769,14	14.728,49
Total		20.221,55	21.630,47	23.137,55	24.749,63	26.474,04

Fuente: Estudio Técnico tabla 51

Elaborado por: Las autoras

Año: 2015

3. Mano de obra directa.

Para el buen funcionamiento de la microempresa es necesario contar con personal apto encargado de la parte operativa, es decir, de la confección. Para la proyección de los pagos se realizó con la tasa de crecimiento del salario básico de 7,64% según una investigación de salarios históricos.

Tabla 73

Datos Históricos del salario mínimo en Ecuador.

Año	Salario Básico Unificado	$I=(Q_n/Q_o)-1$
2011	264,0	
2012	292,0	10,61%
2013	318,0	8,90%
2014	340,0	6,92%
2015	354,0	4,12%
Total		30,55%
Promedio		7,64%

Fuente:Ministerio de Relaciones Laborales
Elaborado por:Las autoras
Año: 2015

Una vez calculada la tasa de crecimiento de los salarios mínimos, dándonos un porcentaje de crecimiento del 7,64% se puede proyectar los sueldos para los próximos cinco años, se obtienen los siguientes valores:

Tabla 74

Mano de obra.

Trabajadores	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020
Operarias	15.708,40	17.029,59	17.042,59	17.055,61	17.068,63
Diseñador	9.028,80	9.787,00	9.794,47	9.801,95	9.809,43
Total	24.737,20	26.816,58	26.837,06	26.857,56	26.878,07

Fuente:Estudio Técnico tabla 49; Anexos Beneficios de ley
Elaborado por:Las autoras
Año: 2015

4. Costos indirectos de fabricación.

Tabla 75

Costos indirectos de fabricación

CIF	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020
Herramientas de confección	617,40	647,47	679,00	712,07	746,74
Gasto arriendo planta	2.160,00	2.265,19	2.375,51	2.491,19	2.612,52
Gasto mantenimiento maquinaria	100,00	104,87	109,98	115,33	120,95
Gasto mantenimiento Equipo de cómputo	25,00	26,22	27,49	28,83	30,24
Servicios básicos	567,00	594,61	623,57	653,94	685,79
Total	3.469,40	3.638,36	3.815,55	4.001,37	4.196,23

Fuente: Estudio Técnico tabla 50, 52, 53, 54, 55, 56

Elaborado por: Las autoras

Año: 2015

5. Resumen de costos de producción.

Tabla 76

Resumen de costos de producción.

Rubro	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020
Materia Prima	90.534,03	96.841,90	103.589,26	110.806,74	118.527,09
Materiales Indirectos	20.221,55	21.630,47	23.137,55	24.749,63	26.474,04
Mano de Obra	24.737,20	26.816,58	26.837,06	26.857,56	26.878,07
CIF	3.469,40	3.638,36	3.815,55	4.001,37	4.196,23
TOTAL	138.962,18	148.927,31	157.379,42	166.415,29	176.075,42

Fuente: Estudio Técnico tablas 71, 72, 74, 75

Elaborado por: Las autoras

Año: 2015

5.3.2. Gastos administrativos.

Dentro de los gastos administrativos se toma en cuenta el pago de sueldos al personal administrativo, los suministros de oficina.

1. Sueldos administrativos.

Tabla 77

Sueldos administrativos.

Cargo	Item	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020
Gerente	Sueldo	7.200,00	7.750,08	8.341,92	8.978,95	9.664,63
	Aporte Patronal	874,80	941,63	1.013,54	1.090,94	1.174,25
	Décimo tercero	600,00	645,84	695,16	748,25	805,39
	Décimo cuarto	354,00	381,03	410,13	441,45	475,16
	Fondo de Reserva		599,76	694,88	747,95	805,06
	Vacaciones		300,00	322,91	347,57	374,11
	Total	9.028,80	10.618,35	11.478,54	12.355,10	13.298,60
Contador	Sueldo	3.000,00	3.229,20	3.475,80	3.741,23	4.026,93
	Aporte Patronal		392,35	422,31	454,56	489,27
	Décimo tercero		410,16	441,48	475,19	511,48
	Décimo cuarto		410,16	441,48	475,19	511,48
	Fondo de Reserva		249,90	289,53	311,64	335,44
	Vacaciones			125,00	134,55	144,82
	Total	3.000,00	4.691,76	5.195,60	5.592,36	6.019,42
Total		12.028,80	15.310,11	16.674,14	17.947,46	19.318,02

Fuente: Estudio Técnico, Tabla 58

Elaborado por: Las autoras

Año: 2015

La modalidad de contrato para el contador se establecerá por servicios profesionales, debido a que la empresa va a iniciar su actividad económica y no requiere un contador a tiempo completo, lo más conveniente es realizar este tipo de contratos para reducir costos en la empresa.

2. Suministros de oficina.

Tabla 78

Suministros de oficina.

Descripción	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020
Resmas de papel	48,00	50,34	52,79	55,36	58,06
Caja de esferográficos bic	120,00	125,84	131,97	138,40	145,14
Carpetas archivadoras	20,00	20,97	22,00	23,07	24,19
Grapadora	6,00	6,29	6,60	6,92	7,26
Perforadora	6,00	6,29	6,60	6,92	7,26
Caja de grapas	6,00	6,29	6,60	6,92	7,26
Saca grapas	0,50	0,52	0,55	0,58	0,60
Corrector bic	5,40	5,66	5,94	6,23	6,53
Tonner para impresora HP negro	23,52	24,67	25,87	27,13	28,45
Tonner para impresora HP color	22,86	23,97	25,14	26,37	27,65
Total	258,28	270,86	284,05	297,88	312,39

Fuente: Estudio Técnico, Tabla 59

Elaborado por: Las autoras

Año: 2015

2. Resumen de gastos administrativos.

Corresponden a los gastos incurridos por el gerente y el contador, quienes se encargan de realizar las actividades administrativas de la microempresa.

Tabla 79

Resumen de gastos administrativos.

Rubros	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020
Sueldos	12.028,80	15.310,11	16.674,14	17.947,46	19.318,02
Útiles de Oficina	258,28	270,86	284,05	297,88	312,39
Total	12.287,08	15.580,97	16.958,19	18.245,35	19.630,41

Fuente: Tablas 58,59

Elaborado por: Las autoras

Año: 2015

5.3.3. Gastos de ventas.

En la proyección de los gastos de ventas se tomará en cuenta el sueldo en ventas, gasto publicidad y mantenimiento y combustible del vehículo que se detalla en el siguiente cuadro:

Tabla 80

Gasto en ventas.

Descripción	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO2018	AÑO2019	AÑO2020
Publicidad	1.404,50	1.472,90	1.544,63	1.619,85	1.698,74
Salario vendedor	5.436,13	5.891,80	5.896,30	5.900,80	5.905,31
Mantenimiento vehículo	2830,00	2967,821	3112,35	3263,93	3422,88
Total	9.670,63	10.332,52	10.553,28	10.784,58	11.026,93

Fuente: Tabla 61
Elaborado por: Las autoras
Año: 2015

5.4. Gastos Financieros.

La tabla de amortización se hizo en base a información proporcionada por la Corporación Financiera Nacional según las condiciones establecidas en la institución, el tiempo de pago es 5 años a una tasa del 10,5 % de un monto de \$ 41.489,81.

Tabla 81

Amortización.

Período	Capital Prestado	Cuota	Interés	Amortización	Saldo
1	41.489,81	8.297,96	3.957,09	12.255,05	33.191,85
2	33.191,85	8.297,96	3.085,80	11.383,77	24.893,89
3	24.893,89	8.297,96	2.214,52	10.512,48	16.595,93
4	16.595,93	8.297,96	1.343,23	9.641,20	8.297,96
5	8.297,96	8.297,96	471,95	8.769,91	0,00

Fuente: CFN
Elaborado por: Las autoras
Año: 2015

5.5. Tabla de depreciación.

Las depreciaciones se realizaron de acuerdo a la duración de los activos fijos y con la tasa de depreciación de acuerdo a la ley de régimen tributario.

Tabla 82
Depreciación.

Rubro	Valor	Años	%	G.D	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020
Maquinaria	4.908,00	10	10%	490,80	490,80	490,80	490,80	490,80	490,80
Equipo de Oficina	66,30	10	10%	6,63	6,63	6,63	6,63	6,63	6,63
Equipo de cómputo	1.629,01	3	33%	543,00	543,00	543,00	543,00		
Muebles y Enseres	1.608,00	10	10%	160,80	160,80	160,80	160,80	160,80	160,80
Vehículo	19.000,00	5	20%	3.800,00	3.800,00	3.800,00	3.800,00	3.800,00	3.800,00
Total	27.211,31			5.001,23	5.001,23	5.001,23	5.001,23	4.458,23	4.458,23

Fuente:CFN

Elaborado por:Las autoras

Año: 2015

5.6. Estado de situación financiera proyectado.

Los estados financieros proyectados nos ayudarán a evaluar las consecuencias de las futuras decisiones. El estado de situación financiera muestra contablemente los activos, los pasivos y la diferencia entre estos el patrimonio neto.

Tabla 83
Estado de situación financiera proyectado.

Activo		Pasivo	
Activos Corrientes		Pasivo no corrientes	
Capital de trabajo	32.059,86	Deuda a largo plazo	41.489,81
Activos no corrientes		Patrimonio	
Maquinaria	4.908,00	Aporte propio	17.781,35
Muebles y enseres	1.608,00		
Vehículo	19.000,00		
Equipo computo	1.629,01		
Equipo de oficina	66,30		
Total activos no corrientes	27.211,31		
Total Activos	59.271,16	Total Pasivo + Patrimonio	59.271,16

Fuente:Estudio de mercado tablas 46, 64

Elaborado por:Las autoras

Año: 2015

5.7. Estado de resultados proyectado.

En el estado de resultados se reportan las operaciones a efectuarse. De esta manera la utilidad o pérdida se obtiene restando los gastos y/o pérdidas a los ingresos y/o ganancias.

Tabla 84

Estado de resultados proyectados.

Años	2016	2017	2018	2019	2020
Ventas proyectadas	209.811	227.077	245.810	266.085	288.636
(-) Costo de ventas	138.962	148.927	157.379	166.415	176.075
Utilidad bruta proyectada	70.849	78.150	88.431	99.670	112.561
(-) Gastos operacionales	29.568	32.441	34.223	36.004	37.957
Gastos administrativos	12.287	15.581	16.958	18.245	19.630
Gasto ventas	9.671	10.333	10.553	10.785	11.027
Gasto arriendo	6.360	6.670	6.995	7.335	7.692
Gasto Mantenimiento	150	157	165	121	126
Gastos Constitución e I.	1.100				
(-) Gastos financieros	3.957	8.087	7.216	5.801	4.930
Gasto Interés	3.957	3.086	2.215	1.343	472
(-) Depreciación	5.001	5.001	5.001	4.458	4.458
Total gastos	38.526	40.528	41.439	41.805	42.887
Utilidad operacional	32.323	37.622	46.992	57.865	69.674
15% trabajadores	4.848	5.643	7.049	8.680	10.451
Utilidad antes de impuesto	27.474	31.979	39.943	49.185	59.223
Impuesto a la renta 22%	6.044	7.035	8.788	10.821	13.029
Utilidad Proyectada	21.080	24.745	30.859	38.045	45.850

Fuente: Estudio Técnico, Tabla 64, 69

Elaborado por: Las autoras

Año: 2015

5.8. Flujo de caja proyectado.

El flujo de caja proyectado es el más importante en la evaluación financiera, porque permite medir la rentabilidad o no del proyecto, y si posee valor efectivo para cumplir las obligaciones de carácter productivo o financiero.

Tabla 85**Flujo de caja proyectado.**

Flujo de caja	Año 0	2016	2017	2018	2019	2020
Inversión	59.271,16					
Utilidad proyectada		21.080,01	24.744,76	30.858,86	38.044,82	45.849,53
(+) Depreciaciones		5.001,23	5.001,23	5.001,23	4.458,23	4.458,23
(-) Reinversión					586,61	
(+) Valor de rescate						300,00
(-) Pago de capital		8.297,96	8.297,96	8.297,96	8.297,96	8.297,96
Flujo Neto	59.271,16	17.783,28	21.448,03	27.562,12	33.618,47	42.309,79

Fuente: Tabla 84

Elaborado por: Las autoras

Año: 2015

5.9. Evaluación financiera.

Las técnicas de evaluación económica son herramientas de uso general y se detallan a continuación las más importantes.

5.9.1. Costo de oportunidad.

Constituye una referencia de cálculo para medir la factibilidad del proyecto, es decir la tasa de interés que realmente se utiliza, permite actualizar valores. El interés a considerarse en el crédito es el propuesto por la Corporación Financiera nacional del 10,50% y para el capital social, se puede realizar inversiones financieras en la misma institución ya sea en bono, pólizas o acciones, para ello se establece una tasa de interés del 5,54%.

La inflación del 4,87% dato que se obtuvo del Banco Central del Ecuador del año 2015, se estableció la tasa de descuento de la siguiente manera:

Tabla 86**Costo de oportunidad.**

Detalle	Valor	% de Estructura	Tasa de Rendimiento	Valor Ponderado
Inversión Propia	17.781,35	30,0%	5,54%	0,01662
Inversión Financiada	41.489,81	70,0%	10,50%	0,07350
Inversión Total	59.271,16	100%	16,04%	0,0901

Fuente: Estudio Técnico tabla 68

Elaborado por: Las autoras

Año: 2015

Costo Capital= 9%

$$TRM = (1 + CK) (1 + \text{Inflación del Banco central del Ecuador}) - 1$$

$$TRM = (1 + 0,090012) (1 + 4,87\%) - 1$$

$$TRM = 14,32\%$$

5.9.2. Cálculo de VAN.

El valor actual neto VAN, permite determinar si la inversión del proyecto, cumple con el objetivo de recuperar la inversión o valor del desembolso que la microempresa hará en el momento de contraer la inversión.

Tabla 87**Cálculo de VAN.**

Años	Flujo Neto
1	17.783,28
2	21.448,03
3	27.562,12
4	33.618,47
5	42.309,79
Total	142.721,70

Fuente: Tabla 85

Elaborado por: Las autoras

Año: 2015

$$VAN = \sum \text{Flujos Netos Actualizados} - \text{Inversión}$$

$$VAN = 91.764,06 - 59.271,16.$$

$$VAN = 32.492,90$$

Para el proyecto en estudio el VAN es igual \$32.492,90 dólares lo que muestra que el valor de flujos de efectivo es positivo, es decir, se determina que es factible.

5.9.3. Cálculo de la TIR.

La tasa interna de retorno es un indicador de la rentabilidad del proyecto, a mayor TIR, mayor rentabilidad. Se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión y la ejecución de proyecto.

Fórmula:

$$TIR = -I + \frac{\sum FLUJOS}{(1 + i)^n}$$

Tabla 88

Cálculo de la TIR

Años	Flujo Neto
0	59.271,16
1	17.783,28
2	21.448,03
3	27.562,12
4	33.618,47
5	42.309,79
TIR	32%

Fuente: Tabla 85
Elaborado por: Las autoras
Año: 2015

$$TIR = 32\%$$

La tasa interna de retorno que se obtiene indica la rentabilidad del proyecto, en este caso es de 32% el cual supera a la tasa de descuento que es de 14,32% se considera que el proyecto es factible.

5.9.4. Tiempo de recuperación del dinero.

Es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial. Para el presente proyecto se recuperará la inversión inicial en el segundo año.

Tabla 89

Recuperación del dinero.

PERÍODO	Flujos	Flujo acumulado
AÑO 1	17.783,28	17.783,28
AÑO 2	21.448,03	39.231,31
AÑO 3	27.562,12	66.793,43
AÑO 4	33.618,47	
AÑO 5	42.309,79	
PR:		2,73

Fuente: tabla 85
Elaborado por: Las autoras
Año: 2015

Inversión inicial 59.271,16

PR: años 2,73

La inversión se recuperara en el tercer año completamente, pero en el año 2 se recuperará la mayoría de la inversión.

5.9.5. Índice beneficio costos.

El índice beneficio costo refleja el valor que tiene el proyecto en relación a los ingresos y gastos.

Fórmula:

$$\text{Costobeneficio} = \frac{\sum \text{Flujos Netos E. Actualizados}}{\text{Inversión}}$$

$$\text{Costobeneficio} = \frac{91.764,06}{59.271,16}$$

$$\text{Costobeneficio} = 1,55$$

El indicador refleja el valor que tiene el proyecto en relación con los ingresos y gastos determinándose una relación de \$1,55 veces, lo que indica que por cada \$1,00 dólar invertido se genera \$0,55 ctvs.de utilidad.

5.9.6. Punto de equilibrio.

El punto de equilibrio es la relación que existe entre el volumen de ventas y la rentabilidad del proyecto. En base a los datos obtenidos en nuestro estudio se procedió a determinar la producción mínima económica de la microempresa.

Tabla 90

Punto de equilibrio.

Detalle	Valor
Ingresos por Ventas	209.811,00
Costos Fijos	33.318,94
Costos Variables	138.962,18

Fuente: Tablas anteriores
Elaborado por: Las autoras
Año: 2015

Es importante determinar el punto de equilibrio en unidades, para lo cual se utilizará la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{P.V.U - C.V.U}$$

$$PE = \frac{33.318,94}{10,19}$$

$$PE = 3270$$

El punto de equilibrio para el primer año es de 3.270 prendas de vestir, es decir, la empresa tiene que obtener como base \$ 65.400 dólares en ventas para mantenerse estándar, ya que con esta cantidad la microempresa no gana ni pierde.

5.10. Conclusión.

Una vez realizado el análisis financiero se determina que la aplicación de este proyecto es rentable debido a que en función a los evaluadores financieros se observa que el plazo de tiempo que se requiere para que la inversión inicial de \$ 59.271,16 se recupere es de 2,73 es decir, en el segundo año se recuperará la mayoría de la inversión, siendo un tiempo menor a tres años lo que le hace más atractivo el proyecto a comparación de otros frente a los posibles inversionistas.

La tasa interna de retorno indica la rentabilidad del proyecto, en este caso es de 32% la cual supera a la tasa de descuento que es de 14,32% , según el VAN el proyecto cumple con el objetivo de recuperar la inversión que la microempresa hará, por lo cual se puede concluir que económicamente el proyecto es rentable.

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA DE LA MICROEMPRESA

En la parte organizativa de la microempresa en la cual se establece los aspectos estratégicos, organizativos y legales para la operatividad, ya que toda organización debe contar con una forma de organización de acuerdo a sus necesidades.

6.1. Análisis interno de la microempresa.

6.1.1. Nombre o razón social.

El nombre de la microempresa, una vez que se constituyan los estatutos se inscribirá en el registro mercantil como “A tu Medida Moda y Estilo Cía. Ltda.” cuyo slogan es “Te viste bien”

La microempresa que se encontrará ubicada en las calles Daniel Reyes y Ricardo Sánchez que además contara con un local comercial ubicado en las calles, Simón Bolívar # 8-45 entre Velasco y Pedro Moncayo, Centro comercial Casa Blanca, local número 6 en la ciudad de Ibarra provincia de Imbabura.

6.1.2. Misión

Somos una microempresa dedicada a la producción y comercialización de prendas de vestir en tallas grandes para damas y caballeros de alta calidad, manteniendo costos competitivos a través del aprovechamiento de nuestros recursos. Nos basamos en principios de ética, generando relaciones duraderas y de confianza con nuestros empleados, proveedores y clientes.

6.1.3. Visión

En el 2020 ser una microempresa líder a nivel local en la producción y comercialización de prendas de vestir en tallas grandes, e implementar nuestra línea de prendas de vestir, ofreciendo productos innovadores, confeccionados con materia prima de calidad, alcanzando los más altos estándares de producción y comercialización.

6.1.4. Políticas

- Suministrar información fiable y más relevante sobre la situación y rendimiento financiero, o flujos de efectivo.
- Mantener bien informado a todo el personal sobre la misión, visión y objetivos y estrategias de la empresa.
- Mantener en constante capacitación al personal, para mejorar el desempeño de sus actividades.
- Permitir que todos los niveles participen de las ideas de mejoramiento administrativo.

6.1.5. Valores

Los principios y valores que se toman en cuenta en la microempresa servirán como guías para una buena conducta del talento humano.

- **Honestidad.** Brindando productos de buena calidad
- **Ética.** Practica de valores humanos.
- **Lealtad.** Defensa de los intereses de nuestra microempresa
- **Equidad y justicia.** Debe existir un mismo trato para todos los integrantes de la empresa.

6.1.6. Principios

- **Trabajo en Equipo.** Trabajo conjunto con un solo propósito de cumplir con los objetivos de la microempresa y alcanzar una meta en común.
- **Compromiso de Responsabilidad social.** Ayudar de manera indirecta al mejoramiento socio-económico.
- **Respaldo a empleados.** Brindar incentivos por el desempeño de un buen trabajo, con el propósito de mantener el mismo.

6.1.7. Objetivos:

Determinar la estructura organizacional con la cual la empresa operará, mediante el establecimiento de su razón social, filosofía, estructura orgánica y funcional para que la empresa pueda contar con una base sólida.

1. Objetivos específicos:

- Ampliar el mercado con un producto de excelente calidad ofreciendo variedad de diseños.
- Presentar al mercado prendas de vestir cómodas y atractivas que causen bienestar al consumidor.
- Contribuir con el desarrollo y mejoramiento de las condiciones de vida de los habitantes de la parroquia generando fuentes de trabajo.
- Alcanzar un alto nivel de producción y ventas en el mercado local.
- Mantener un ambiente armonioso donde el equipo de trabajo se sienta motivado para realizar sus actividades.

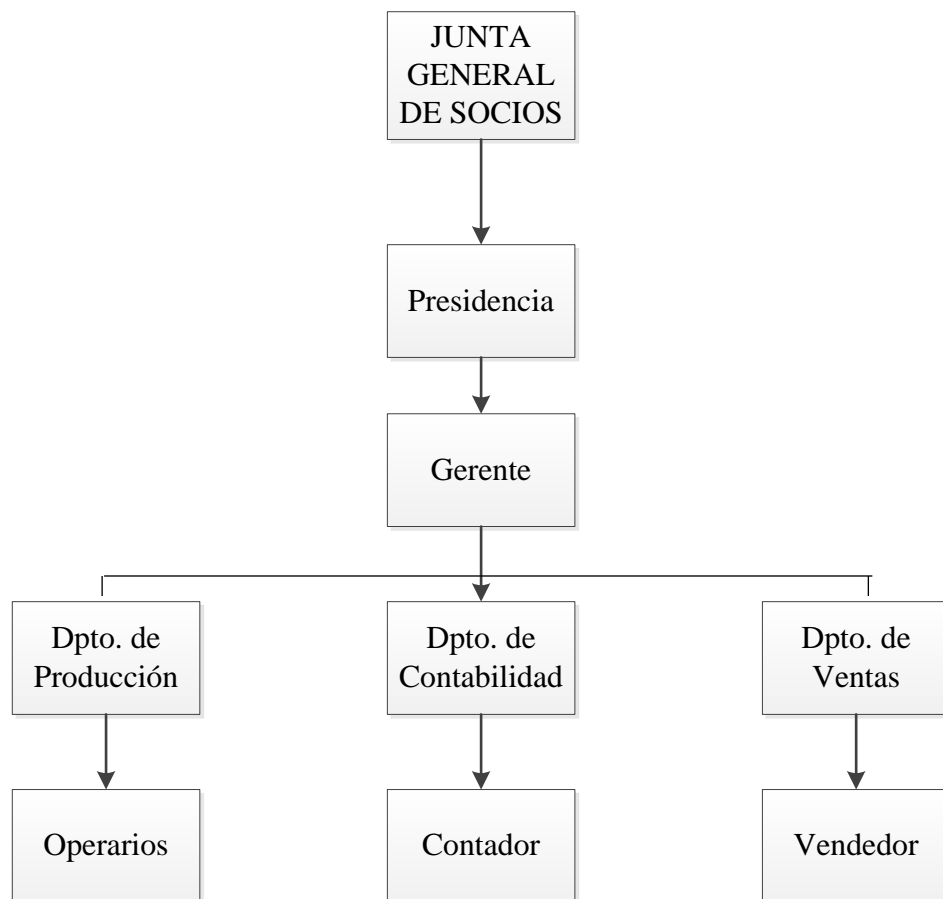
6.2. Aspecto organizativo

6.2.1. Organización estructural de la microempresa.

Es necesario establecer una estructura organizativa, la cual servirá como base para lograr mayor coordinación, con el objetivo de cumplir las metas deseadas al igual establecer los niveles jerárquicos de la microempresa.

Gráfico 26

Organigrama estructural de “A Tu Medida Moda y Estilo”



Elaborado por: Las autoras
Año: 2015

6.2.2. Niveles administrativos.

Los niveles administrativos de la microempresa son los siguientes:

Nivel Ejecutivo

Está integrado por el gerente, quien es el responsable de dirigir y supervisar la ejecución de las políticas y actividades de la organización.

Nivel Operativo.

Dentro de este nivel se encuentra, los departamentos de contabilidad, producción y comercialización que serán responsables de ejecutar los planes para cumplir con los objetivos y metas que se ha trazado la organización.

6.2.3. Identificación de puestos y funciones

Tabla 91

Puesto: Gerente –Departamento Financiero

Misión del Puesto: Representar idóneamente a la microempresa en conjunto con los empleados para el éxito de la misma.

COMPETENCIA	PERFIL	FUNCIONES	REQUISITOS
ESTRUCTURALES	✓ Liderazgo	✓ Planificación y dirección de la empresa para velar por la correcta eficiencia	✓ Título universitario en ingeniería comercial
✓ Ética	✓ Trabajo en equipo	✓ Ejecutar planes que mejoren el funcionamiento de la empresa.	✓ Disponibilidad de tiempo completo
✓ Responsabilidad	✓ Motivador	✓ Supervisar permanentemente las instalaciones de la empresa.	✓ Experiencia mínima de dos años
✓ Transparencia	✓ Habilidades administrativas	✓ Tomar decisiones oportunas y beneficiarias a la microempresa.	✓ Capacidad de liderazgo
LABORALES	✓ Buenas relaciones interpersonales		✓ Edad mínima 24 años
✓ Excelente presencia			
✓ Excelentes relaciones sociales			
✓ Buen negociador			
✓ Agilidad en la toma de decisiones			

Revisor por: Aprobado por:
 Elaborado por: Las autoras
 Año: 2015

Tabla 92

Puesto: Contador – Departamento Contable

Misión del Puesto: Ofrecer información financiera, útil, oportuna y confiable para la toma de decisiones y el control gerencial.

COMPETENCIA	PERFIL	FUNCIONES	REQUISITOS
ESTRUCTURALES	<input type="checkbox"/> Manejo del sistema contable	<input type="checkbox"/> Mantener los registros contables de manera ordenada y el registro de cada una de las transacciones.	<input type="checkbox"/> Título de contador público autorizado.
<input type="checkbox"/> Ética	<input type="checkbox"/> conocimiento de leyes y normativas contables y tributarias	<input type="checkbox"/> Llevar la contabilidad de la empresa, las cuentas bancarias en forma clara y transparente.	<input type="checkbox"/> Experiencia en el área contable
<input type="checkbox"/> Confidencialidad		<input type="checkbox"/> Realizar declaraciones, anexos y otros trámites de la empresa en el SRI.	<input type="checkbox"/> Tener capacidad de iniciativa
<input type="checkbox"/> Habilidad Organizativa		<input type="checkbox"/> Emite estados financieros cuando la gerencia en forma oportuna y verás.	<input type="checkbox"/> Ética moral y profesional
LABORALES			<input type="checkbox"/> Referencias personales y laborales
<input type="checkbox"/> Supervisión y control			
<input type="checkbox"/> Trabajo en equipo			
<input type="checkbox"/> Destreza matemática y contable			

Revisor por: Aprobado por:
Elaborado por: Las autoras
Año: 2015

Tabla 93

Puesto: Producción- Departamento de Producción

Misión del Puesto: Confeccionar prendas de vestir con calidad a un costo razonable.

PUESTO	COMPETENCIA	PERFIL	FUNCIONES	REQUISITOS
PRODUCCIÓN	ESTRUCTURALES	✓ Creatividad	✓ Controlar y organizar las órdenes de producción.	✓ Título de tercer nivel.
	✓ Profesionalismo	✓ Perseverante	✓ Vigilar que no exista desperdicios.	✓ Experiencia en el área de producción.
	✓ Compromiso	✓ Conocimiento en el manejo de máquinas textiles.	✓ Mejorar los procesos de producción.	✓ Capacidad de trabajo en equipo.
	✓ Lealtad	✓ Conocer materias primas	✓ Determinar y controlar los estándares de calidad	✓ Ética moral y profesional
	LABORALES		✓ Está pendiente en cumplir las entregas de los productos.	✓ Referencias personales y laborales
	✓ Manejo de recursos			
	✓ Trabajo en equipo			
	✓ Detección de imperfecciones en las prendas.			

Tabla 94

Puesto: Vendedor -Departamento de Comercialización

Misión del puesto: Desarrollar y aplicar las estrategias que garanticen el crecimiento, rentabilidad y permanencia del cliente.

PUESTO	COMPETENCIA	PERFIL	FUNCIONES	REQUISITOS
VENTAS	ESTRUCTURALES	✓ Convincente	✓ Atender a los clientes con amabilidad, respeto y agilidad.	✓ Título de bachiller.
	✓ P Amabilidad	✓ Buenas relaciones interpersonales.	✓ Buscar los mejores mecanismos para dar a conocer el producto en el mercado.	✓ Experiencia en cargos similares.
	✓ Cortesía	✓ Aplicar estrategias de venta para atraer el cliente.	✓ Realizar contactos directos con el cliente	✓ Disponibilidad de tiempo completo.
	✓ Puntualidad	✓ Confidencialidad.	✓ D Manejar el sistema operativo básico: excel, word y facturación.	✓ Capacidad de trabajo en equipo.
	LABORALES		✓ Manejo y actualización de inventarios	
	✓ Excelente manejo de comunicación			
	✓ Uso de vocabulario adecuado y sencillo.			

6.3. Base legal.

Este proyecto se creará como compañía de responsabilidad limitada. Comparecientes y declaración de voluntad.- Intervienen en la celebración de este contrato las dos socias que conformarán la compañía y se hará constar los nombres y apellidos, estado civil, nacionalidad y dirección domiciliaria. Declaran su voluntad de constituir, como en efecto constituyen la compañía de responsabilidad limitada “ A tu Medida Moda y Estilo Cía. Ltda.” la misma que se registrará por las leyes ecuatorianas; de manera especial, por la ley de compañías, sus reglamentos y los siguientes estatutos.

Tabla 95

Nómina socios

Nombres	Apellidos	Nacionalidad	Estado civil	Dirección del domicilio
Jessica Valeria	Coral Cuatin	Ecuatoriana	Soltera	Ibarra
Alexandra Patricia	Maldonado Ibadango	Ecuatoriana	Soltera	Ibarra
Verónica Cristina	Maldonado Ibadango	Ecuatoriana	Soltera	Ibarra

Elaborado por: Las autoras
Año: 2015

Base legal.

La microempresa para su legal constitución requiere los siguientes trámites para su funcionamiento y son:

6.3.1. Minuta de constitución.

Mediante un escrito redactado por un abogado se establece el pacto social de la organización, el mismo que incluye los siguientes:

- Redacción de estatutos.
- Designación de representante legal.

- Duración de los cargos del representante legal y sus dependencias.
- Delimitación de funciones.

6.3.2. Escritura pública.

Mediante la escritura pública elaborada por el notario público se registra la minuta de constitución con sus respectivos estatutos los mismos que regirán los procedimientos administrativos, financieros, productivos y de comercialización.

6.3.3. Inscripción en el registro.

El notario, luego de que la escritura ha sido inscrita por los accionistas, elabora las partes y envía a los registros públicos para su debida inscripción y registro.

6.3.4. Registro único del contribuyente (RUC).

El RUC es un instrumento que tiene por función identificar a los contribuyentes con fines impositivos y proporcionar información a la administración tributaria.

El plazo para inscribir es de 30 días contados a partir del inicio de las actividades económicas. Los requisitos indispensables para obtener el RUC son los siguientes:

- Copia de la cédula del representante legal.
- Copia del certificado de votación del representante legal.
- Certificado o nombramiento del representante legal.
- Comprobante de luz, agua y teléfono.
- Escritura pública.

6.3.5. El permiso municipal (Patente Municipal).

Es el permiso municipal obligatorio para el ejercicio de una actividad económica habitual. Esta se la debe obtener dentro de los 30 días siguientes al día final del mes en que se inicia las actividades, durante enero de cada año y se tramitará en la ciudad de Ibarra en el Gobierno Autónomo Descentralizado de la ciudad de Ibarra.

Requisitos son los siguientes:

- Copia del RUC
- Cédula y papeleta de votación del representante legal.
- Certificado o nombramiento del representante legal.
- Escrituras de la propiedad.
- Declaración juramentada del inicio de la actividad económica empresarial.
- Pago del impuesto predial donde se ubica la actividad productiva.
- Formulario de declaración del impuesto de patentes.
- Formulario para categorización (según el tipo de local y lugar donde está ubicado).

6.3.6. Código patronal.

El número patronal es otorgado por el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS).

Los requisitos son los siguientes:

- Contratos de trabajo inscritos en la inspección de trabajo.
- Cédula de identidad del representante de la empresa.
- Registro único de contribuyentes (RUC).

- Una vez obtenido el número patronal se debe proceder afiliar a cada uno de los trabajadores.

6.3.7. Registro único de proveedores.

Formulario de registro de proveedores RUP impreso en el portal de compras públicas.

- Acuerdo de responsabilidad impreso en el portal.
- Copia certificada de la escritura de constitución de la empresa.
- Copia certificada del representante legal.
- Copia de papeleta de votación.
- Copia del registro único de contribuyentes RUC.
- Certificado de estar al día en sus obligaciones con el SRI, lista blanca.

6.3.8. Permiso de los bomberos.

- Copia del permiso de funcionamiento del año anterior del cuerpo de bomberos.
- Copia de la factura de recarga o compra de los extintores actualizado.
- Copia del RUC.
- Copia de la papeleta de votación del representante legal actualizado.
- Copia del plan de emergencias y evacuación de la empresa o similares.

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS

7.1. Análisis de impactos.

En este capítulo se detallan las posibles consecuencias que pueden presentarse cuando se ejecuta el proyecto, por lo tanto es importante analizar su efecto cualitativo y cuantitativo, además nos permite establecer las posibles causas y efectos, mediante el empleo de la matriz de valoración para calificar el impacto que ocasiona cada uno de ellos.

Tabla 96

Matriz de valoración de impactos.

Significado	Puntaje
Positivo alto	3
Positivo medio	2
Positivo bajo	1
No hay impacto	0
Negativo bajo	-1
Negativo medio	-2
Negativo alto	-3

Elaborado por: Las autoras
Año: 2015

A continuación se realiza el análisis de cada uno de los impactos de acuerdo a la tabla anterior, asignando a cada uno de ellos la calificación correspondiente.

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\text{Sumatoria total}}{\text{Número de indicadores}}$$

Entre los principales impactos que sean analizados para el presente proyecto se encuentran:

- Ambiental
- Social
- Económico
- Empresarial

7.1.1. Impacto ambiental

Para el presente proyecto el impacto ambiental es primordial ya que se analizará la alteración que introduce en el medio en la ejecución de esta investigación. Además permite la interpretación de dicha alteración en términos de salud y bienestar humano, exactamente es lo que define el impacto ambiental.

Tabla 97

Nivel de impacto ambiental

Nivel de Impactos	Negativo				Positivo				-	Σ
	-3	-2	-1	0	1	2	3	+		
Indicadores										
Contaminación del ruido		X							2	-2
Salud Humana		X							2	-2
Manejo de desechos					X			1		1
Sumatoria de Impactos										-2

Elaborado por: Las autoras
Año: 2015

Nivel de impacto ambiental = $\frac{-2}{3}$

Nivel de impacto ambiental = -1 \longrightarrow **Nivel bajo**

Análisis.

La matriz del impacto ambiental presenta un nivel bajo, pues una vez implementado este proyecto, en lo que se refiere a contaminación auditiva el impacto es negativo pues la

naturaleza del negocio implica el manejo de máquinas que emiten ruido constante que puede afectar a los trabajadores, pero así mismo la microempresa contribuirá con un factor muy importante como es la clasificación de la basura de manera correcta y ordenada y así reducir los niveles de contaminación. El objetivo primordial es implantar la creación de la microempresa encaminada a buscar métodos innovadores que eviten los impactos ambientales y aumenten los medios de reciclaje.

7.1.2. Impacto social - cultural

Uno de los recursos primordiales dentro de toda organización es el talento humano, ya que gracias a estas personas la unidad productiva podrá desarrollarse, expandirse y mantenerse, por ende es muy necesario realizar un análisis para determinar en qué manera la presente investigación incide en este ámbito.

Los factores socioculturales, sin lugar a duda resultan un factor determinante de la prevalencia de obesidad por lo cual es importante que la sociedad comprenda el estilo de vida que causan estos problemas de forma general.

Tabla 98

Nivel de impacto social y cultural

Nivel de Impactos	Negativo				Positivo				+	-	Σ
	-3	-2	-1	0	1	2	3				
Indicadores											
Calidad de vida						X			2		2
Satisfacción de necesidades						X			2		2
Atención personalizada							X		3		3
Sumatoria de Impactos											7

Elaborado por: Las autoras
Año: 2015

$$\text{Nivel de impacto social} = \frac{7}{3}$$

Nivel de impacto social = 2,33 \longrightarrow **Positivo medio**

Análisis

La matriz del impacto social presenta un nivel positivo medio, lo que refleja que la calidad de vida de los habitantes de Ibarra mejorará, sea esta por consumo de los productos o por ingresos que genera la venta de los mismos, esto ayuda a mejorar las condiciones de vida. En el caso de la estabilidad laboral la microempresa captará personal capacitado en donde se exigirá compromiso y responsabilidad a cada empleado, se brindará estabilidad laboral, siempre y cuando el trabajador ejecute sus actividades con eficiencia, eficacia.

7.1.3. Impacto económico

El impacto económico hace referencia al desarrollo y sostenibilidad económica de las entidades.

Tabla 99

Nivel de impacto económico.

Nivel de Impactos	Negativo				Positivo			+	-	Σ
	-3	-2	-1	0	1	2	3			
Indicadores										
Generación de empleo					X			1		1
Nivel de ingresos						X		2		2
Rentabilidad						X		2		2
Sumatoria de Impactos										5

Elaborado por: Las autoras
Año: 2015

Nivel de impacto económico = $\frac{5}{3}$

Nivel de impacto económico = 1,7 \longrightarrow **Positivo bajo**

Análisis.

El puntaje de la matriz de impacto económico se encuentra en un nivel positivo bajo, esto significa que con la creación de la microempresa propuesta, permita obtener ingresos económicos de los involucrados directos e indirectos del proyecto, tales como: proveedores, empleados, y los propietarios de la microempresa. En base a los resultados también podemos determinar que con la ejecución del proyecto podremos obtener una utilidad con lo cual nos permitirá crecer y estabilizarnos.

7.1.4. Impacto empresarial

Tabla 100

Nivel de impacto empresarial

Nivel de Impactos	Negativo				Positivo				Σ
	-3	-2	-1	0	1	2	3	+	
Indicadores									
Posicionamiento en el mercado						X		2	2
Cumplimiento de leyes							X	3	3
Clima organizacional						X		2	2
Sumatoria de Impactos									7

Elaborado por: Las autoras
Año: 2015

Nivel de impacto empresarial = $\frac{7}{3}$

Nivel de impacto empresarial = 2,33 \longrightarrow **Positivo medio**

Análisis.

El puntaje de la matriz de impacto empresarial se encuentra en el nivel positivo medio, lo que determina que el servicio y atención al cliente es un factor clave para llegar a la complacencia de los clientes y tener un buen posicionamiento en el mercado, para tener un buen clima organizacional se tratará de mantener buena comunicación y respeto entre las

personas dentro del trabajo, promoviendo la participación y coordinación de todos y entregar un producto y servicio de calidad. La microempresa va estar fundamentada en el marco legal establecido con el cumpliendo las leyes vigentes: código de comercio, ley de régimen tributario interno.

7.2. Resumen general de impactos.

Los impactos que genera el proyecto. A continuación está la matriz general de impacto:

Tabla 101

Nivel de impacto General

Nivel de Impactos	Negativo				Positivo					
Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3	+	-	Σ
Ambiental			X						-1	1
Social						X		2		2
Económico					X			2		2
Empresarial						X		2		2
Sumatoria de Impactos										7

Elaborado por: Las autoras
Año: 2015

Nivel de impacto = $\frac{7}{4}$

Nivel de impacto = 2 \longrightarrow **Positivo medio**

Con el análisis realizado a cada uno de los impactos generados en el proyecto se manifiesta que tendrá un impacto positivo medio, es decir, que su ejecución tendrá una aceptación favorable, debido a los beneficios que conlleva la creación de la microempresa, tales como; generar fuentes de empleo, mejorar las condiciones y calidad de vida, a través de un adecuado manejo de personal con sueldos justos y trato cordial.

CONCLUSIONES.

Luego de haber realizado la investigación sobre el tema” Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa productora y comercializadora de prendas de vestir en la línea de trajes de calle en tallas grandes para damas y caballeros, en la ciudad de Ibarra provincia de Imbabura” se puede establecer las siguientes conclusiones y recomendaciones en base de todas las fases del proceso investigativo:

1. El diagnóstico situacional elaborado en la ciudad de Ibarra provincia de Imbabura existe un mercado amplio y además cuenta con las condiciones necesarias para implementar la microempresa de prendas de vestir en tallas grandes.
2. El estudio de mercado proporcionó información de la demanda y de la oferta del producto en la ciudad de Ibarra lo que permitió hacer un análisis preliminar de la demanda potencial a satisfacer, que puede ser captada por la nueva microempresa a implementarse.
3. Del estudio técnico realizado se estableció que existe las condiciones físicas, recursos económicos, recursos tecnológicos y talento humano como para lograr una eficiente actividad de producción.
4. En el estudio financiero se pudo establecer que el proyecto es factible. La inversión inicial tendrá un periodo de recuperación de dos años. Un valor actual neto positivo de **32.492** ; el costo beneficio se ubica en 1,55 lo que garantiza que es un proyecto rentable.

5. La estructura orgánica para la conformación de la microempresa es sencilla, porque no requiere demasiado personal únicamente el necesario para la capacidad instalada del proyecto, por lo cual está conformada por el personal administrativo y operativo designado para cada área, acorde a su perfil profesional y capacidad.
6. El nivel de impactos es medio positivo, lo que permite que el proyecto es viable en la ciudad de Ibarra, un impacto importante que podemos destacar es la generación de nuevas fuentes de empleo y de ingresos para los involucrados en el proyecto.

RECOMENDACIONES.

1. Impulsar la creación de microempresas que promuevan el desarrollo y mejoramiento de la calidad de vida. Aprovechar la mano de obra existente implantando un microempresa de confección, comercialización de prendas de vestir en tallas grandes con altos estándares de calidad.
2. Aprovechar la demanda potencial a satisfacer, empleando canales de distribución y publicidad que permita lograr el posicionamiento del producto en el mercado local.
3. Organizar e implementar controles y evaluaciones económicas y financieras para el manejo de la documentación que permitan conocer el rendimiento organizacional y tomar decisiones oportunas.
4. Capacitar al talento humano además de mejorar las condiciones físicas, recursos económicos, recursos tecnológicos para lograr una actividad de producción eficiente.
5. Que los empleados y trabajadores tengan un conocimiento de la organización y funcionamiento de la microempresa como la designación de funciones, los procesos productivos, estatutos, las responsabilidades de cada empleado, para evitar conflictos laborales.
6. Mantener los niveles positivos de impactos, y en caso de que en la ejecución del proyecto existieran variaciones, tratar de emendar errores y solucionar los inconvenientes, en caso de que se presenten.

BIBLIOGRAFÍA

- Araujo Arevalo, D. (2012). Proyectos de Inversión , Análisis ,Formulación y Evaluación Práctica. En D. Araujo Arevalo, *Proyectos de Inversión , Análisis ,Formulación y Evaluación Práctica*. México: Trillas.
- Baca, G. (2010). *Evaluación de Proyectos* . España: McGraw-Hill.
- Bureau, V. (2011). Logística Integral. En V. BUREAU, *Logística Integral*. España: Fc Editorial.
- BUREAU, V. (2011). Logística Integral. En V. BUREAU, *Logística Integral*. España: Fc Editorial.
- Campo, J. I. (2015). Diccionario Económico. En J. I. Campo, *Diccionario Económico*. Unidad Editorial Información Económica S.L.
- Cantú, G. G., & Guajardo, N. E. (2014). Contabilidad Financiera. En G. G. Cantú, & N. E. Guajardo, *Contabilidad Financiera* (pág. 43). México: McGRAW-HILL Education.
- Filion, L. J., & Mejía Morelos, J. H. (2011). Administración de Pymes. En L. J. Filion, & J. H. Mejía Morelos, *Administración de Pymes*. México: Pearson Education.
- Inen. (5 de Noviembre de 2013). Obtenido de sello-de-calidad-inen
- Inen. (5 de Noviembre de 2013). *sello-de-calidad-inen*. Obtenido del Inec
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de Marketing*. México D. F: Always learning Pearson Education.
- Lee. (12 de Enero de 2002). Industria de Productos Textiles. En L. Ivester, *Industria de Productos Textiles* (pág. 89).

Manene. (2 de Enero de 2011). Flujogramas. En Manene, *Estructura Organizativa y Habilidades directivas mejora continua*.

Martínez, J. A. (2014). *Estudios Técnicos Inc.*

Naranjo. (1 de Enero de 2003). Contabilidad de Costos. En N. Salguero, *Contabilidad de Costos* (pág. 10).

Narváez. (4 de Abril de 2013). Costos Indirectos de Fabricación. En Narváez, *Contabilidad de Costos*.

Palacios. (mayo de 2010). Corte y Confección. En P. Nelly, *Corte y Confección*.

Ramirez. (13 de Octubre de 2010). Punto de Equilibrio. En Ramirez, *Contabilidad Administrativa*.

RINCÓN SOTO, C. (2011). Guía de costos para micro y pequeños empresarios. En C. Rincon Soto, *Guía de costos para micro y pequeños empresarios* (pág. 12). Bogotá: Ecoe Ediciones.

Rodriguez. (8 de Febrero de 2009). Análisis de la variaciones del capital de trabajo. En Rodriguez, *Metodologia para realizar análisis económico financiero en una entidad economica*.

Ruedas, F. (8 de Febrero de 2012). <https://contapuntual.wordpress.com/2012/02/08/que-es-el-capital-de-trabajo/>.

Ruiz. (28 de Noviembre de 2010). Periodo de recuperación. En Ruiz, *Planeación y Evaluación Financiera*.

- Sabate. (2011). La inversión en la empresa. En Sabate, *Fundamentos de economía de la empresa*.
- Santana. (7 de Julio de 2009). Análisis Económico y Financiero . En Santana, *Estudio Económico y Financiero de los proyectos* .
- Sarmiento, R. (2010). Contabilidad de costos. En R. Sarmiento, *Contabilidad de costos*. Quito: Andinos S.A.
- Shaw, G. B. (13 de Noviembre de 2012). *Wordpress*.
- Stanton. (2011). Productos de consumo y productos organizacionales. En Stanton, *Fundamentos de marketing*.
- Takamura. (10 de Abril de 2011). Diseño de Modas. En Tkamura, *Diseño de modas conceptos básicos y aplicaciones prácticas de ilustración de moda*.
- Vargas, B. (2013). Marketing y plan de negocios de la microempresa. En B. Vargas, *Marketing y plan de negocios de la microempresa*. España: IC Editorial.
- Villegas, V. R. (2010). Evaluación económica de proyectos de inversión. En V. R. Villegas, *Evaluación económica de proyectos de inversión*. Colombia: D" vinni S.A.
- Viñas. (2 de Mayo de 2013). Clasificación de los textiles. En Viñas, *European Commision*. Europa.
- Bello. (2009). mpactos. En B. Rosario, *Evaluación de Impactos*.
- Bosch. (2012). *Dirección estrategica, Misión, Visión y Valores*.

LINKOGRAFÍAS


<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>

<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>

<http://www.unicef.org/ecuador/esanut-2011-2013.pdf>

ANEXOS

ANEXO 1

 <p>UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS FICHA DE OBSERVACIÓN</p>	
Empresa: SPRING BOUTIQUE. Fecha: 12/05/2015 Hora: 15:38 Ubicación: Bolívar y Colón Observador: Alexandra Maldonado	
Criterios e Indicadores.	
Indicador: Volumen de ventas.	
1.- Número de clientes al día.	15 clientes
Indicador: Comportamiento de la oferta.	
2.- Prendas de vestir que compran los clientes en las tallas L – XL- XXL- XXXL al día.	
Camisetas*	
Blusas	*
Chompas	
Sacos	
Indicador: Comportamiento de la oferta.	
3.- Materiales de Preferencia de los clientes al momento de elegir sus prendas.	
Algodón	*
Lycra	*
Poliéster	
Indicador: Preferencia al vestirse.	
4.- Estilos de mayor preferencia de los clientes al momento de comprar.	
Semi-formal	
Informal	*
Casual	
Indicador: Comportamiento de la oferta.	
5.- Calidad de las prendas de vestir ofertadas en el local comercial.	
Excelente	*
Buena	
Muy buena	
Regular	
Indicador: Comportamiento de la oferta.	
6.- Colores de las prendas de vestir adquiridas con mayor frecuencia.	
Claros	
Medios	*
Obscuros	

Indicador : Precio del producto

7.-Precios de las camisetas y blusas.

El precio promedio de las camisetas se encuentra entre los 13,50 – 17,11 dólares por unidad, en cuanto a las blusas el precio oscila entre los 23,00 – 29,00 dólares.



**UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
FICHA DE OBSERVACIÓN**

Empresa: Etafashion

Fecha: 12/05/2015

Hora: 10:30

Ubicación: Plaza Shopping Panamericana Norte

Observador: Alexandra Maldonado

Criterios e Indicadores.

Indicador: Volumen de ventas.

1.- Número de clientes al día. 30 clientes

Indicador: Comportamiento de la oferta.

2.- Prendas de vestir que compran los clientes en las tallas L – XL- XXL- XXXL al día.

Camisetas *

Blusas *

Busos

Chompas

Indicador: Comportamiento de la oferta.

3.- Materiales de Preferencia de los clientes al momento de elegir sus prendas.

Algodón *

Lycra

Poliéster *

Indicador: Preferencia al vestirse.

4.- Estilos de mayor preferencia de los clientes al momento de comprar.

Semi-formal *

Informal *

Casual

Indicador: Comportamiento de la oferta.

5.- Calidad de las prendas de vestir ofertadas en el local comercial.

Excelente *

Buena

Muy buena

Regular

Indicador: Comportamiento de la oferta.

6.- Colores de las prendas de vestir adquiridas con mayor frecuencia.

Claros *

Medios

Obscuros

Indicador : Precio del producto

7.- Precios de las camisetas y blusas.

El precio promedio de las camisetas se encuentra entre los 14,50 – 17,50 dólares por unidad, en cuanto a las blusas el precio oscila entre los 24,00 – 28,00 dólares.

ANEXO 2**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE****FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

Dirigida a: Personas que utilizan prendas de vestir en tallas grandes (L, XL, XXL, XXXL.)

Instrucciones:

Marque con una X según corresponda.

La información que usted aquí provea es de carácter confidencial y será utilizada para fines académicos.

Objetivo.- Determinar la demanda potencial de ropa en tallas grandes en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

Preguntas:

Indicador: Frecuencia de compra

1.- ¿Con que frecuencia suele comprar prendas de vestir en tallas grandes en la ciudad de Ibarra?

Mensual ()

Trimestral ()

Semestral ()

Anual ()

Indicador: Comportamiento de la demanda

2.- ¿Suele encontrar con facilidad prendas de vestir en las tallas L – XL- XXL- XXXL en la ciudad de Ibarra?

Siempre ()

A veces ()

Nunca ()

Indicador: Productos Sustitutos

3.- ¿Conoce algún lugar específico donde pueda adquirir prendas de vestir en tallas grandes?

Si ()

No ()

Si la respuesta es Si mencione el lugar:

Taty's boutique ()

Etafashion ()

R&M ()

Spring Boutique ()

Elizamar Boutique ()

Otros ()

En el caso de escoger la opción otros mencione cuales.....

Indicador: Precios de compra

4.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por adquirir prendas de vestir en tallas grandes?

Menos de 20 ()

Entre 30 – 60 ()

Entre 60 – 120 ()

Más de 120 ()

Indicador: Producto

5.- ¿Qué prendas de vestir en tallas grandes utiliza usted con mayor frecuencia?

Faldas ()

Pantalón ()

Camisetas ()

Vestidos ()

Blusas ()

Chompas ()

Otros ()

En el caso de escoger la opción otros mencione cuales.....

.....

Indicador: Preferencias del consumidor.

6.- Qué prefiere al momento de adquirir una prenda de vestir en talla grande?

Alto precio y calidad ()

Bajo precio y menor calidad ()

Indicador: Plaza

7. ¿Le gustaría que en la ciudad de Ibarra exista un lugar que comercialice prendas de vestir en tallas grandes?

SI ()

NO ()

Datos Técnicos:

Edad.

18 -24 () 25-30 () 31 -36 () 37- 43 () 44- 49 () 50- 55 ()

Género.

M () F ()

Ocupación.

Empleado Público () Empleado Privado () Negocio Propio () Ama de casa ()

Estudiante () Otros ()



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

Instrucciones:

Marque con una X según corresponda.

La información que usted aquí provea es de carácter confidencial y será utilizada para fines académicos.

Objetivo.- Determinar la oferta potencial de ropa en tallas grandes en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

Preguntas:

1.- ¿Existe en su local prendas de vestir en tallas grandes XL, XXL, de venta?

Tabla

Cantidad de adquisición

Variable	Frecuencia	%
SI		
NO		

2.- ¿Cuántas camisetas y blusas adquieren mensualmente para la comercialización de las tallas XL, XXL, XXXL para hombres y mujeres?

Tabla

Cantidad de adquisición

Camisetas

Tallas	Variable	Frecuencia	%
XL	30-50		
	50-80		
	80-100		
XXL	30-50		
	50-80		
	80-100		
XXXL	30-50		
	50-80		
	80-100		
Total			

Blusas

Tallas	Variable	Frecuencia	%
XL	30-50		
	50-80		
	80-100		
XXL	30-50		
	50-80		
	80-100		
XXXL	30-50		
	50-80		
	80-100		
Total			

3.- ¿Cuál fue el crecimiento anual de las ventas en su local, en los últimos tres años?

Variable	Frecuencia	%
2%		
3%		
4%		
Total		

4.- ¿Quién adquiere con mayor frecuencia prendas de vestir en tallas grandes?

Variable	Frecuencia	%
Damas		
Caballeros		
Total		

5.- ¿En los últimos 3 años sus ventas de prendas en blusas y camisetas en tallas grandes fueron?

Variable	Frecuencia	%
10.500 - 15.500		
16.500 - 19.500		
20.500 -23.500		
24.500- 27.500		
Total		



ANEXO 3

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ENTREVISTADO:

CARGO:

LUGAR DE TRABAJO:

DÍA:

HORA:

LUGAR:

FECHA:

ENTREVISTA:

Indicador: Comportamiento de la oferta.

1. ¿Es común que se fabrique ropa en tallas grandes (L, XL, XXL, XXXL)?

Indicador: Producto

2. **¿Qué aspectos se debería tomar en cuenta al momento de diseñar las prendas de vestir en tallas grandes?**

Indicador: Producto

3. **¿Qué materiales son apropiados para la confección de este tipo de prendas?**

Indicador: Precio del producto

4. **¿Cuán costoso es confeccionar prendas de vestir más comunes a partir de las tallas Large?)**

Indicador: Rentabilidad del negocio

5. **¿Cree usted que sería una oportunidad de negocio implementar en el mercado una línea con estas prendas?**

Indicador: Promoción

6. **¿Qué estrategias se debe seguir para aprovechar la oportunidad de negocio en la producción y comercialización de prendas de vestir en tallas grandes, L, XL, XXL, XXXL?**

Indicador: Promoción

7. **Qué estrategias se debe seguir para garantizar el mantenimiento de la empresa en el mercado?**

ANEXO 4



Variedad de productos importados y de presentación

Sánchez y Cifuentes 9-43 y Olivedo. Telefax: 04 2955 575 Teff: 04 2951 579 - Correo 447

PROFORMA

No. 0000000493

Nuestros Productos

- Cordeles y expandibles
- Colchones, esponjas y almohadas PASADO
- Plásticos PICA
- Artículos para el hogar
- Hilos cadenera ECUADOR
- Puerlos enrollables
- NORMETALCO
- Materiales
- Muebles metálicos y de madera
- Bazar y artículos en general

MOYA BORJA BLANCA ROMELIA
SANCHEZ Y CIFUENTES NRO. 9-43

Cierre: 1004064549 ALEXANDRA MALDONADO Fecha: 2016/07/02

Dirección: SD
Vendedor: "NO EXISTE"

PROFORMA

Código	Descripción	UM	Cantidad	Precio U.	Desc.to.	Total
6324	TELEFONO 2 INALAMBRICOS MOTOROLA	UN	1.00	52.2321	0.000	52.2300 *
5891	CALCULADORA 2222225	UN	1.00	6.9690	0.000	6.9600 *
6302	REGLA DE CORTE NUEVA	UN	1.00	6.2500	0.000	6.2500 *
9742	TIJERA COLOMBIS DE DOBLAR	UN	1.00	0.3125	0.000	0.3100 *
6262	TIJERA MUNDIAL COSTURA 470-85H	UN	1.00	17.8600	0.000	17.8600 *
4093	CINTA METRICA CELINA	UN	1.00	0.5904	0.000	0.5900 *
1230	TIJZA SASTRE DH	UN	1.00	0.2233	0.000	0.2200 *
9090	AGUJA INDUST JUKI CABO DEBAGADO 11/16	UN	1.00	0.3150	0.000	0.3100 *
1901	AGUJA IND. JUKI DVS53 11/75 12/80	UN	1.00	0.3571	0.000	0.3500 *
0034	AGUJA DE MAQUINA OVERLOCK	UN	1.00	0.2232	0.000	0.2200 *
1042	HILO CHINO 10.000 YDS 4244L-40Q	UN	1.00	2.8571	0.000	2.8500 *
1995	BOTON BP03.00.0000	DC	1.00	0.3571	0.000	0.3500 *
1398	CIERRES BRONCE- C85 H5	UN	1.00	0.2579	0.000	0.2500 *
4345	FUNDAS 8X12 POLYFAN	UN	1.00	1.6964	0.000	1.6900 *

Total Imponible (*) : 90.50 Descuentos: .00 Recargos: .00

Total No Imponible: .00 Valor del IVA: 10.86 Total General: 101.36

PROFORMA VALIDA DURANTE 15 DIAS




almacenastra@hotmail.com Ibarra - Ecuador

PROFORMA

FECHA: 06 de junio de 2015
CLIENTE: VALERIA CORAL
CI: 0401781026
TELEF: 2280740

MAQUINA: RECTA
MARCA: JUKI
MODELO: E-8100
PRECIO: \$698.00

MAQUINA: OVERLOCK
MARCA: JONTEX
MODELO: 914D
PRECIO: \$774.00

MAQUINA: RECUBRIDORA
MARCA: JACK
MODELO: 856
PRECIO: \$1095.00

MAQUINA: CORTADORA
MARCA: KL
MODELO: 3"1/2
PRECIO: \$298.00

NOTA: PRECIOS INCLUYEN EL IVA

PRECIOS VALIDOS OCHO DIAS



FREDY GARZON
2611614 0988367250
ASESOR COMERCIAL
RUC 1000436053001


WORLD COMPUTERS
Su inversión inteligente

 MATRIZ Y ESQUEMA: Pedro Moncayo 3-53 y 1000000
 Teléfonos: 2 640 333 / 2 640 444 / 2 608 010
 IBARRA - ECUADOR

 Cédulas: Paladinesy Mena Yelanda
 RUC: 0701084121001

PROFORMA
000001700

 Señal(es): Alexandra Maldonado.
 RUC o CI: 1004044549.
 Dirección: Ibarra

 Correo electrónico: _____
 Fecha de Emisión: 2 - Julio - 2015.
 Tel: 2707-157.
 Vendedor: Isabel Pule / 0997523012

CANT.	DESCRIPCIÓN	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL
2	Casa kit E-Lora / Board Board / Procs.	556,61	1.113,22
	Intel Dual Core / Disco 1000GB / Memoria		
	HDD King / 800-writer / Lector Induro		
	Monitores 20" LED / Regulador de Goleto		
	Windows 8.1 original		
1	Multifunción Epson L210	281,25	281,25
1			
		SUBTOTAL \$	1.454,47
		IVA 12%	174,59
		TOTAL \$	1.629,06

OBSERVACIONES:

 FORMA DE PAGO: Contado.

FIRMA AUTORIZADA

CLIENTE

Cotización

BARATODO
Red de compra y venta de pago

Fecha: _____ Nombre: _____

Cédula: _____ Tel. casa: _____

Código	Artículo / Marca / Modelo	Plazo	Cuotita
95810	Notebook 12.1" la PC HP Core i3, Cuotido		960,05..
229924	Notebook + Maohila + Mouse + Ser. teca Cuotido		928,95
231038	" + Multifunción + Maohila + Mouse + Ser. teca - Cuotido		1048,96..

 Vendedor: MARILYN DURANGO

Atención: _____

 Vendedor: 0959288922

Total factura

Inicial

Saldo a financiar

Interés

Total a pagar

Precios y cuotas incluyen Iva, sujetos a cambio sin previo aviso

El presente documento no constituye comprobante de pago

ANEXO 5

TABLA DE AMORTIZACION					
	BENEFICIARIO INSTIT. FINANCIERA MONTO TASA PLAZO GRACIA FECHA DE INICIO MONEDA AMORTIZACION CADA Número de períodos	51.628,15 10,50% 5 años 0 años 00/01/1900 DOLARES 30 días 60 para amortizar capital			
No.	VENCIMIENTO	SALDO	INTERES	PRINCIPAL	DIVIDENDO
0		51.628,15			
1	30-ene-00	50.767,68	451,75	860,47	1.312,22
2	29-feb-00	49.907,22	444,22	860,47	1.304,69
3	30-mar-00	49.046,75	436,69	860,47	1.297,16
4	29-abr-00	48.186,28	429,16	860,47	1.289,63
5	29-may-00	47.325,81	421,63	860,47	1.282,10
6	28-jun-00	46.465,34	414,10	860,47	1.274,57
7	28-jul-00	45.604,87	406,57	860,47	1.267,04
8	27-ago-00	44.744,40	399,04	860,47	1.259,51
9	26-sep-00	43.883,93	391,51	860,47	1.251,98
10	26-oct-00	43.023,46	383,98	860,47	1.244,45
11	25-nov-00	42.162,99	376,46	860,47	1.236,92
12	25-dic-00	41.302,52	368,93	860,47	1.229,40
13	24-ene-01	40.442,05	361,40	860,47	1.221,87
14	23-feb-01	39.581,58	353,87	860,47	1.214,34

15	25-mar-01	38.721,12	346,34	860,47	1.206,81
16	24-abr-01	37.860,65	338,81	860,47	1.199,28
17	24-may-01	37.000,18	331,28	860,47	1.191,75
18	23-jun-01	36.139,71	323,75	860,47	1.184,22
19	23-jul-01	35.279,24	316,22	860,47	1.176,69
20	22-ago-01	34.418,77	308,69	860,47	1.169,16
21	21-sep-01	33.558,30	301,16	860,47	1.161,63
22	21-oct-01	32.697,83	293,64	860,47	1.154,10
23	20-nov-01	31.837,36	286,11	860,47	1.146,58
24	20-dic-01	30.976,89	278,58	860,47	1.139,05
25	19-ene-02	30.116,42	271,05	860,47	1.131,52
26	18-feb-02	29.255,95	263,52	860,47	1.123,99
27	20-mar-02	28.395,48	255,99	860,47	1.116,46
28	19-abr-02	27.535,02	248,46	860,47	1.108,93
29	19-may-02	26.674,55	240,93	860,47	1.101,40
30	18-jun-02	25.814,08	233,40	860,47	1.093,87
31	18-jul-02	24.953,61	225,87	860,47	1.086,34
32	17-ago-02	24.093,14	218,34	860,47	1.078,81
33	16-sep-02	23.232,67	210,81	860,47	1.071,28
34	16-oct-02	22.372,20	203,29	860,47	1.063,76
35	15-nov-02	21.511,73	195,76	860,47	1.056,23
36	15-dic-02	20.651,26	188,23	860,47	1.048,70
37	14-ene-03	19.790,79	180,70	860,47	1.041,17
38	13-feb-03	18.930,32	173,17	860,47	1.033,64
39	15-mar-03	18.069,85	165,64	860,47	1.026,11
40	14-abr-03	17.209,38	158,11	860,47	1.018,58
41	14-may-03	16.348,92	150,58	860,47	1.011,05
42	13-jun-03	15.488,45	143,05	860,47	1.003,52
43	13-jul-03	14.627,98	135,52	860,47	995,99

44	12-ago-03	13.767,51	127,99	860,47	988,46
45	11-sep-03	12.907,04	120,47	860,47	980,93
46	11-oct-03	12.046,57	112,94	860,47	973,41
47	10-nov-03	11.186,10	105,41	860,47	965,88
48	10-dic-03	10.325,63	97,88	860,47	958,35
49	09-ene-04	9.465,16	90,35	860,47	950,82
50	08-feb-04	8.604,69	82,82	860,47	943,29
51	09-mar-04	7.744,22	75,29	860,47	935,76
52	08-abr-04	6.883,75	67,76	860,47	928,23
53	08-may-04	6.023,28	60,23	860,47	920,70
54	07-jun-04	5.162,82	52,70	860,47	913,17
55	07-jul-04	4.302,35	45,17	860,47	905,64
56	06-ago-04	3.441,88	37,65	860,47	898,11
57	05-sep-04	2.581,41	30,12	860,47	890,59
58	05-oct-04	1.720,94	22,59	860,47	883,06
59	04-nov-04	860,47	15,06	860,47	875,53
60	04-dic-04	-0,00	7,53	860,47	868,00

ANEXO 6

Actividad de comercio de prendas de vestir en la ciudad de Ibarra

CIU	Nombre Del Local	Calle Principal
5232.00	VENTA DE ROPA	JOSE JOAQUIN OLMEDO 11-064
5232.04	BOUTIQUE	CRISTOBAL COLON 08-055
5232.00	VENTA DE ROPA	JUAN DE LA ROCA 07-064
5232.00	VENTA DE ROPA	AV. ATAHUALPA 20-024
5232.04	PRENDAS DE VESTIR	AV. MARIANO ACOSTA 22-087 CC LA PLAZA 34
5232.00	VENTA DE ROPA	AV. MARIANO ACOSTA 22-087 CC LA PLAZA
5232.00	VENTA DE ROPA	AV. ALFREDO PEREZ GUERRERO 10-079
5232.00	VENTA DE ROPA	JOSE JOAQUIN OLMEDO 10-056
5232.00	VENTA DE PRENDAS DE VESTIR	AV. ALFREDO PEREZ GUERRERO 06-028 LOCAL 015
5232.04	BOUTIQUE	SIMON BOLIVAR 08-026
5232.04	VENTA PRENDAS DE VESTIR	AV. MARIANO ACOSTA 22-087 CC LA PLAZA
5232.00	VENTA DE ROPA	16 DE AGOSTO 01-080
5232.04	VENTA DE ROPA	AV. TEODORO GOMEZ DE LA TORRE 17-018
5232.00	VENTA DE ROPA	RAFAEL LARREA ANDRADE 07-008 PASEO MILANO LOCAL 11
5232.00	VENTA DE PRENDAS DE VESTIR	SIMON BOLIVAR 13-047
5232.00	PRENDAS DE VESTIR	BARTOLOME GARCIA 01-102
5232.00	VENTA DE PRENDAS DE VESTIR PUNTO G PLUS	JUAN M. GRIJALVA 04-020
5232.00	VENTA DE ROPA	AV. ALFREDO PEREZ GUERRERO 08-084
5232.04	BOUTIQUE SPRING	SIMON BOLIVAR 10-009
5232.00	VENTA DE ROPA	PEDRO MONCAYO 06-076
5232.00	VENTA DE ROPA	CARRERA B LITA
5232.00	VENTA DE ROPA	AV. ALFREDO PEREZ GUERRERO 06-028
5232.00	VENTA DE ROPA	PASAJE C 01-072 MZ16 URB PILANQUI
5232.04	BOUTIQUE	SIMON BOLIVAR 10-061 CC NEW ROUTE 20
5232.00	ROPA	SIMON BOLIVAR 10-061 CC NEW ROUTE
5232.00	ROPA	AV. JAIME ROLDOS AGUILERA 12-027

5232.00	VENTA DE ROPA	SIMON BOLIVAR 10-068
5232.04	BOUTIQUE AT COLLECTION	SIMON BOLIVAR 08-021
5232.00	VENTA DE ROPA	JUANA ATABALIPA 02-048
5232.04	BOUTIQUE	SIMON BOLIVAR 09-037
5232.00	VENTA ROPA	JOSE JOAQUIN OLMEDO 11-066
5232.00	VENTA DE ROPA	JOSE JOAQUIN OLMEDO 11-066
5232.00	PRENDAS DE VESTIR	JOSE JOAQUIN OLMEDO 11-066
5232.04	PRENDAS DE VESTIR	SANCHEZ Y CIFUENTES 12-068 LOC.110
5232.04	ROPA INTIMA	JOSE JOAQUIN OLMEDO 10-065 CC IBARRA 26
5232.00	VENTA DE ROPA	CALLE S/N 01-059 A 200M DE LA GASOLINERA DE YAHUARCOCHA
5232.04	VENTA DE ROPA MICHELOS	SIMON BOLIVAR 07-047
5232.00	VENTA DE PRENDAS DE VESTIR	JOSE JOAQUIN OLMEDO 11-066 LOCAL 09
5232.00	ROPA	CALIXTO MIRANDA Y SUAREZ 01-057
5232.04	BOUTIQUE	SANCHEZ Y CIFUENTES 12-102
5232.00	VENTA DE ROPA	AV. CAP. CRISTOBAL DE TROYA 09-044
5232.04	BOUTIQUE	JOSE JOAQUIN OLMEDO 10-065 CC IBARRA 21
5232.00	VENTA DE PRENDAS DE VESTIR	GUARANDA 06-022
5232.00	VENTA DE ROPA	SIMON BOLIVAR 12-069
5232.00	BOUTIQUE	RIO TAHUANDO 01-002
5232.04	VENTA DE ROPA	SANCHEZ Y CIFUENTES 09-007
5232.00	VENTA DE ROPA	RAFAEL LARREA ANDRADE 04-142
5232.00	ROPA	AV. ALFREDO PEREZ GUERRERO 07-015
5232.00	VENTA DE ROPA	AV. ALFREDO PEREZ GUERRERO 06-028
5232.04	BOUTIQUE	JOSE JOAQUIN OLMEDO 10-069 CC IBARRA 15
5232.04	VENTA DE ROPA	SIMON BOLIVAR 08-073
5232.00	PRENDAS DE VESTIR	ANTONIO JOSE DE SUCRE 04-007 Y JUAN M. GRIJALVA
5232.04	BOUTIQUE	SANCHEZ Y CIFUENTES 10-075
5232.00	VENTA DE ROPA	JUAN DE VELASCO 08-055
5232.00	ROPA	JOSE JOAQUIN OLMEDO 10-069 CC IBARRA 12
5232.00	VENTA DE ROPA	JUAN M. GRIJALVA 06-077
5232.00	ROPA	AV. EL RETORNO 10-054

5232.4	BOUTIQUE0	SIMON BOLIVAR 10-061 CC NEW ROUTE 01
5232.00	VENTA DE ROPA	RAFAEL LARREA ANDRADE 06-047
5232.00	VENTA DE ROPA	JOSE JOAQUIN OLMEDO 11-064
5232.04	BOUTIQUE	AV. MARIANO ACOSTA 22-087 CC LA PLAZA 08
5232.04	BOUTIQUE	AV. MARIANO ACOSTA 22-087 CC LA PLAZA 25 26 36
5131.03	BOUTIQUE	AV. MARIANO ACOSTA 22-087 CC LA PLAZA
5232.00	VENTA DE ROPA	AV. ALFREDO PEREZ GUERRERO 06-020 LOCAL 036
5232.00	VENTA DE ROPA	AV. CAP. CRISTOBAL DE TROYA 08-057
5232.00	VENTA DE ROPA	JOSE JOAQUIN OLMEDO 11-066
5232.04	BOUTIQUE ARCOIRIS	CALIXTO MIRANDA Y SUAREZ 01-014
5232.00	VENTA DE ROPA	AV. FRAY VACAS GALINDO 11-030
5232.00	VENTA AL POR MENOR DE PRENDAS DE VESTIR	ZUMBA 12-032
5232.00	VENTA DE ROPA	AV. ALFREDO PEREZ GUERRERO 09-115
5232.00	VENTA DE ROPA	AV. PADRE AURELIO ESPINOZA POLIT 05-034
5232.04	VENTA DE ROPA	CRISTOBAL COLON 03-038
5232.04	BOUTIQUE GARDEN	SIMON BOLIVAR 12-109
5232.00	PRENDAS DE VESTIR	SANCHEZ Y CIFUENTES 12-020
5232.04	BOUTIQUE	SANCHEZ Y CIFUENTES 14-055
5232.00	VENTA DE ROPA	AV. ALFREDO PEREZ GUERRERO 07-023
5232.04	VENTA DE ROPA	OBISPO MOSQUERA 06-022
5232.00	VENTA AL POR MENOR DE PRENDAS DE VESTIR	AV. ALFREDO PEREZ GUERRERO 06-020 LOCAL 002
7130.00	PRENDAS DE VESTIR	AV. ALFREDO PEREZ GUERRERO 06-020 LOCAL 028
5232.00	VENTA DE ROPA	AV. ALFREDO PEREZ GUERRERO 06-028 LOCAL 042
5232.04	BOUTIQUE	SIMON BOLIVAR 13-056
5232.00	VENTA DE ROPA	SIMON BOLIVAR 10-102
5232.00	VENTA PRENDAS DE VESTIR	TUNGURAHUA 11-041
5232.00	VENTA DE ROPA	JOSE JOAQUIN OLMEDO 11-064
5232.00	VENTA DE ROPA	JOSE JOAQUIN OLMEDO 11-066
5232.00	VENTA DE PRENDAS DE VESTIR	MANUEL DE LA CHICA NARVAEZ 06-016
5232.04	BOUTIQUE	SIMON BOLIVAR 10-061 CC NEW ROUTE 05
5232.00	PRENDAS DE VESTIR	SANCHEZ Y CIFUENTES 14-036

5232.04	BOUTIQUE	JOSE JOAQUIN OLMEDO 10-069 CC IBARRA 33
5232.00	VENTA PRENDAS DE VESTIR	SEGUNDO LUIS MORENO 05-078
5232.04	ALMACEN DE ROPA	JOSE JOAQUIN OLMEDO 07-065
5232.00	PRENDAS DE VESTIR	OBISPO MOSQUERA 06-122
5232.00	ROPA	SIMON BOLIVAR 10-061 CC NEW ROUTE 17
5232.00	VENTA DE ROPA	AV. ALFREDO PEREZ GUERRERO 06-020 LOCAL 015
5232.00	ROPA	JOSE JOAQUIN OLMEDO 10-056 CC EUROSOPPING
5232.04	BOUTIQUE	MIGUEL OVIEDO 08-018
5232.00	VENTA DE ROPA	AV. ALFREDO PEREZ GUERRERO 06-020 LOCAL 025
5232.00	VENTA DE ROPA	JOSE JOAQUIN OLMEDO 11-066
5232.04	BOUTIQUE PAULS	SIMON BOLIVAR 08-099
5232.04	PRENDAS DE VESTIR POR CATALOGO	SIMON BOLIVAR 12-141
5232.04	VENTA DE PRENDAS DE VESTIR	JOSE JOAQUIN OLMEDO 11-066
5232.00	PRENDAS DE VESTIR	SIMON BOLIVAR 09-069
5232.00	VENTA DE ROPA	CALLE S/N LAS ORQUIDEAS S/N
5232.04	PRENDAS DE VESTIR	AV. ALFREDO PEREZ GUERRERO 09-129 REP.LEG LOS GERANIOS 1-83 BZ
5232.04	PRENDAS DE VESTIR	JOSE JOAQUIN OLMEDO 10-069 CC IBARRA 08 09
5232.00	VENTA DE PRENDAS DE VESTIR	JOSE JOAQUIN OLMEDO 11-066
5232.00	VENTA DE ROPA	JUAN DE VELASCO 07-038
5232.00	VENTA DE ROPA	CRISTOBAL COLON 07-048
5232.04	VENTA DE ROPÀ	JOSE JOAQUIN OLMEDO 08-087
5232.00	PRENDAS DE VESTIR	AV. ALFREDO PEREZ GUERRERO 06-020 LOCAL 018 022
5232.04	BOUTIQUE	AV. MARIANO ACOSTA 22-087 CC LA PLAZA 21
5232.00	VENTA DE ROPA	CRISTOBAL COLON 08-057
5232.00	VENTA DE PRENDAS DE VESTIR	CALLEJON PUBLICO 01-052 PRIORATO A 50M ORIENTE DE GRUTA DIVINO NIÑO
5232.04	ARMISISLEY BOUTIQUE	CRISTOBAL COLON 08-014
5232.04	BOUTIQUE	DR. VICENTE ROCAFUERTE 11-018
5232.04	BOUTIQUE	JOSE JOAQUIN OLMEDO 10-089
5232.00	PRENDAS DE VESTIR / CALZADO	JUAN FRANCISCO BONILLA 05-006
5232.04	BOUTIQUE	SIMON BOLIVAR 06-029
5232.04	BOUTIQUE	JOSE JOAQUIN OLMEDO 10-085

5232.04	BOUTIQUE	AV. MARIANO ACOSTA S/N Y AV. FRAY VACAS GALINDO
5232.04	ROPA	JOSE JOAQUIN OLMEDO 11-066
5232.00	PRENDAS DE VESTIR	CALLE 8 06-033 19 DE ENERO
5232.04	BOUTIQUE	AV. MARIANO ACOSTA S/N Y AV. FRAY VACAS GALINDO
5232.04	BOUTIQUE	SANCHEZ Y CIFUENTES 12-068
5232.04	BOUTIQUE	AV. MARIANO ACOSTA 12-043
5232.04	BOUTIQUE	PEDRO MONCAYO 06-058
5232.04	DIANA	SIMON BOLIVAR 11-006
5232.04	BOUTIQUE	SIMON BOLIVAR 10-061 CC NEW ROUTE 02
5232.04	BOUTIQUE	JOSE JOAQUIN OLMEDO 08-069
5232.04	BOUTIQUE	AV. TEODORO GOMEZ DE LA TORRE 07-034
5232.00	VENTA DE ROPA	JOSE JOAQUIN OLMEDO 11-066
5232.04	BOUTIQUE FEREKARELY	BARTOLOME GARCIA 03-014
5231.00	BOUTIQUE	TENA 03-070
5232.04	BOUTIQUE	MIGUEL OVIEDO 09-017
5232.04	BOUTIQUE	SANCHEZ Y CIFUENTES 14-025
5232.00	VENTA DE PRENDAS DE VESTIR	PASAJE 8 01-028 MZ09 URB PILANQUI
5232.00	NOVEDADES Y PRENDAS DE VESTIR	JOSE JOAQUIN OLMEDO 11-066
5232.00	VENTA DE ROPA	ANTONIO JOSE DE SUCRE 09-052
5232.00	VENTA DE ROPA	AV. ALFREDO PEREZ GUERRERO 06-020
5232.04	BOUTIQUE	OBISPO MOSQUERA 06-051
5232.04	VENTA PRENDAS DE VESTIR	JOSE JOAQUIN OLMEDO 10-040
5232.04	PRENDAS DE VESTIR	JOSE JOAQUIN OLMEDO 10-069 CC IBARRA 22
5232.00	PRENDAS DE VESTIR	AV. ALFREDO PEREZ GUERRERO 06-020 LOCAL 006
5232.00	VENTA DE ROPA	AV. RICARDO SANCHEZ 23-038
1810.01	ROPA	PEDRO VICENTE MALDONADO 11-015
5232.00	VENTA DE ROPA	SIMON BOLIVAR 10-096
5232.00	ROPA	SANCHEZ Y CIFUENTES 12-031
5232.00	VENTA DE ROPA	SIMON BOLIVAR 13-047
5232.00	VENTA PRENDAS DE VESTIR	AV. ALFREDO PEREZ GUERRERO 06-020 LOCAL 001
1810.01	CONFECCION DE ROPA	CALLE S/N PUCAHUAICO S ANT PUCAHUAICO S/N
5232.04	PRENDAS DE VESTIR	SIMON BOLIVAR 09-032

5232.04	BOUTIQUE	JOSE JOAQUIN OLMEDO 11-082
5232.00	VENTA DE ROPA	AV. ALFREDO PEREZ GUERRERO 06-061
5232.00	PRENDAS DE VESTIR	JOSE JOAQUIN OLMEDO 11-066
5232.00	VENTA DE ROPA	AV. ALFREDO PEREZ GUERRERO 06-028
5232.00	BOUTIQUE	SANCHEZ Y CIFUENTES 14-024
5232.00	VENTA DE ROPA	CALLE S/N BELLAVISTA S ANT (JC)
5232.04	BOUTIQUE	SIMON BOLIVAR 08-011
5232.04	BOUTIQUES	EDUARDO GARZON FONSECA 07-049
5232.04	BOUTIQUE	SIMON BOLIVAR 13-134
5232.00	VENTA DE ROPA	JOSE JOAQUIN OLMEDO 11-066
5232.04	BOUTIQUE	JOSE JOAQUIN OLMEDO 10-022
5232.04	BOUTIQUE	PEDRO MONCAYO 06-021
5232.00	VENTA DE ROPA	SANCHEZ Y CIFUENTES 13-014
5232.00	VENTA DE ROPA	DR. VICENTE ROCAFUERTE 05-053
5232.04	BOUTIQUE MODA INTERNACIONAL	SIMON BOLIVAR 06-090
5232.00	VENTA DE ROPA	RIO PASTAZA 03-012
5232.00	ROPA	CHORLAVI 01-052
5232.00	VENTA DE ROPA	PANAMERICANA SUR KM 1 1/2 CASCADAS DE CHORLAVI C43
5232.04	BOUTIQUE	SIMON BOLIVAR 13-080 LOC.03
5232.00	VENTA DE ROPA	JOSE JOAQUIN OLMEDO 10-095
5232.00	VENTA DE ROPA	JOSE JOAQUIN OLMEDO 11-074
5232.00	ROPA	RIO PASTAZA 06-041
5232.00	VENTA DE ROPA	PASAJE L LA VICTORIA 02-042 MZ47 2 ETAPA
5232.04	VENTA DE ROPA	AV. MARIANO ACOSTA 22-087 CC LA PLAZA
5232.00	VENTA DE ROPA	AV. TEODORO GOMEZ DE LA TORRE 17-018
5232.04	VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE PRENDAS DE VESTIR	AV. MARIANO ACOSTA S/N Y AV. FRAY VACAS GALINDO
5232.04	PRENDAS DE VESTIR	AV. MARIANO ACOSTA 22-087 CC LA PLAZA
5232.00	VENTA DE ROPA	SIMON BOLIVAR 12-066
5232.00	VENTA DE ROPA	AV. ALFREDO PEREZ GUERRERO 06-028
5232.00	VENTA DE PRENDAS DE VESTIR	AV. ATAHUALPA 45-023
5232.00	VENTA DE ROPA	SIMON BOLIVAR 07-063

5232.00	VENTA DE ROPA	CRISTOBAL COLON 08-062
5232.00	VENTA DE ROPA	AV. ALFREDO PEREZ GUERRERO 07-074
5232.00	PRENDAS DE VESTIR	AV. ALFREDO PEREZ GUERRERO 06-024 LOCAL 62
5232.04	BOUTIQUE CHALICOL	OBISPO MOSQUERA 06-037
5232.00	PRENDAS DE VESTIR	AV. MARIANO ACOSTA 22-087 CC LA PLAZA ISLA
5232.04	BOUTIQUE	MANUEL DE LA CHICA NARVAEZ 06-097
5232.04	BOUTIQUE	AV. MARIANO ACOSTA 22-087 CC LA PLAZA 56
5232.00	VENTA DE PRENDAS DE VESTIR	AV. ALFREDO PEREZ GUERRERO 06-028
5232.00	VENTA DE ROPA	JUAN DE VELASCO 08-055
5232.00	VENTA DE ROPA	AV. ALFREDO PEREZ GUERRERO 06-046
5231.00	BOTIQUIN FOR THE LIVE	LAS DALIAS JARDINES DE ODILA CALLE S/N 01-012 C24
5232.00	VENTA PRENDAS VESTIR	SANCHEZ Y CIFUENTES 06-067
5232.04	BOUTIQUE	AV. MARIANO ACOSTA 22-087 CC LA PLAZA 52
5232.04	BOUTIQUE MODELOS ROSSY	CRISTOBAL COLON 08-049
5232.00	VENTA DE ROPA	AV. ALFREDO PEREZ GUERRERO 06-020 LOCAL 056
5232.00	VENTA DE ROPA	AV. ALFREDO PEREZ GUERRERO 06-020 LOCAL 016
5232.04	PRENDAS DE VESTIR	SIMON BOLIVAR 08-061
5232.00	VENTA DE ROPA	SANCHEZ Y CIFUENTES 14-016
5232.00	VENTA DE ROPA	CALLE S/N 02-029 DIAGONAL A LOS CONDOMINIOS PARQUE SOL LOS CEIBOS
5232.00	VENTA DE ROPA	SANCHEZ Y CIFUENTES 14-039
5232.00	PRENDAS DE VESTIR	SIMON BOLIVAR 10-098
5232.04	VENT.ROPA IMPORTADORA ONDA SPORT	AV. ALFREDO PEREZ GUERRERO 07-016
5232.00	VENTA DE PRENDAS DE VESTIR	AV. ALFREDO PEREZ GUERRERO 08-030
5232.00	VENTA AL POR MENOR DE PRENDAS DE VESTIR	BARTOLOME GARCIA 08-120
5232.00	VENTA DE ROPA	PEDRO MONCAYO 07-013
5232.00	ROPA	CRISTOBAL COLON 08-018
5232.00	VENTA DE ROPA	AV. ALFREDO PEREZ GUERRERO 06-061
5232.00	VENTA DE ROPA	JOSE JOAQUIN OLMEDO 11-021
5240.00	VENTA ROPA AMERICANA	AV. FRAY VACAS GALINDO 05-073
5232.04	BOUTIQUE	JOSE JOAQUIN OLMEDO 08-007
5232.00	VENTA DE ROPA	JUAN DE SALINAS 01-055

5232.04	BOUTIQUE TOP COLLECTION	VICTORIA CASTELLO CHIRIBOGA 01-039
5232.04	BOUTIQUE	SIMON BOLIVAR 10-068
5232.00	VENTA DE PRENDAS DE VESTIR	AV. ALFREDO PEREZ GUERRERO 06-028 LOCAL 041
5232.00	VENTA DE PRENDAS DE VESTIR	JOSE JOAQUIN OLMEDO 10-069 CC IBARRA 13
5232.00	VENTA DE ROPA	OBISPO MOSQUERA 06-160
5232.00	PRENDAS DE VESTIR	SANCHEZ Y CIFUENTES 10-007
5232.00	VENTA DE ROPA Y CALZADO	SIMON BOLIVAR 09-048
5232.04	DE CLASS BOUTIQUE	SIMON BOLIVAR 07-084
5232.00	VENTA DE ROPA	AV. ALFREDO PEREZ GUERRERO 06-061
5232.04	BOUTIQUE	PEDRO MONCAYO 05-070
5232.00	BOUTIQUE	SANCHEZ Y CIFUENTES 10-012
5232.00	PRENDAS DE VESTIR	AV. ALFREDO PEREZ GUERRERO 06-020 LOCAL 004
5232.00	FERTEX PRENDAS DE VESTIR	LUIS ENRIQUE CEVALLOS 6-048 S ANT
5232.00	ROPA	AV. ALFREDO PEREZ GUERRERO 06-024 LOCAL 40
5232.04	BOUTIQUE	JOSE JOAQUIN OLMEDO 10-065 CC IBARRA
5232.00	VENTA DE ROPA	SIMON BOLIVAR 10-102
5232.00	VENTA DE ROPA	CRISTOBAL COLON 08-080
5232.00	VENTA DE ROPA	BARTOLOME GARCIA 01-131
5232.00	VENTA DE ROPA	JOSE JOAQUIN OLMEDO 11-024
5232.00	BLUSAS	SANCHEZ Y CIFUENTES 07-079
5232.00	VENTA DE ROPA	CRISTOBAL COLON 08-048
5232.04	PRENDAS DE VESTIR	JOSE JOAQUIN OLMEDO 10-069 CC IBARRA 18
5232.00	VENTA DE ROPA	SANCHEZ Y CIFUENTES 10-029
5232.00	VENTA ROPA	AV. FRAY VACAS GALINDO 06-075
5232.04	BOUTIQUE FASHION LUXE	SIMON BOLIVAR 09-051